

# BREVET D'INVENTION

CERTIFICAT D'UTILITÉ - CERTIFICAT D'ADDITION

## COPIE OFFICIELLE

Le Directeur général de l'Institut national de la propriété industrielle certifie que le document ci-annexé est la copie certifiée conforme d'une demande de titre de propriété industrielle déposée à l'Institut.

Fait à Paris, le 13 OCT. 2003

Pour le Directeur général de l'Institut  
national de la propriété industrielle  
Le Chef du Département des brevets

Martine PLANCHE

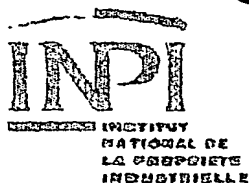
DOCUMENT DE PRIORITÉ

PRÉSENTÉ OU TRANSMIS  
CONFORMÉMENT À LA  
RÈGLE 17.1.a) OU b)

BEST AVAILABLE COPY

INSTITUT  
NATIONAL DE  
LA PROPRIÉTÉ  
INDUSTRIELLE

SIEGE  
26 bis, rue de Saint Petersburg  
75800 PARIS cedex 08  
Téléphone : 33 (0)1 53 04 53 04  
Télécopie : 33 (0)1 53 04 45 23  
www.inpi.fr



## BREVET D'INVENTION

**9 AOÛT 2002**  
26bis, rue de Saint-Petersbourg  
75009 Paris Cedex 08

Téléphone: 01 53.04.53.02 Fax: 01 42.94.86.54

Code de la propriété intellectuelle-livre VI

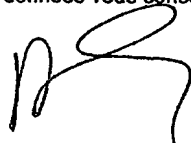
REQUÊTE EN DÉLIVRANCE

DATE DE REMISE DES PIÈCES N° D'ENREGISTREMENT NATIONAL DÉPARTEMENT DE DÉPÔT DATE DE DÉPÔT  - 9 AOÛT 2002	Albert GRYNWALD 127, rue du Faubourg Poissonnière 75009 PARIS France
Vos références pour ce dossier: B10920	

<b>1 NATURE DE LA DEMANDE</b>			
Demande de brevet			
<b>2 TITRE DE L'INVENTION</b>			
		Plateforme de type produit logiciel pour l'analyse en temps réel de sites Internet	
<b>3 DECLARATION DE PRIORITE OU REQUETE DU BENEFICE DE LA DATE DE DEPOT D'UNE DEMANDE ANTERIEURE FRANCAISE</b>		Pays ou organisation	Date N°
<b>4-1 DEMANDEUR</b>			
Nom	AGENCY MULTIMEDIAS		
Rue	2, rue de la Croix Faron		
Code postal et ville	93210 LA PLAINE SAINT-DENIS		
Pays	France		
Nationalité	France		
Forme juridique	Société anonyme		
N° SIREN	407 500 842		
Code APE-NAF	722Z		
<b>5A MANDATAIRE</b>			
Nom	GRYNWALD		
Prénom	Albert		
Qualité	CPI: 95-1001		
Cabinet ou Société	Cabinet GRYNWALD		
Rue	127, rue du Faubourg Poissonnière		
Code postal et ville	75009 PARIS		
N° de téléphone	01 53 32 77 35		
N° de télécopie	01 53 32 77 94		
Courriel électronique	cabinet.grynwald@wanadoo.fr		
<b>6 DOCUMENTS ET FICHIERS JOINTS</b>		Fichier électronique	Pages Détails
Désignation d'inventeurs			
Description		59	
Revendications		1	1
Abrégé		1	
Listage des sequences, PDF			

Rapport de recherche				
Chèque				
<b>7 RAPPORT DE RECHERCHE</b>				
Etablissement immédiat				
<b>8 REDEVANCES JOINTES</b>	Devise	Taux	Quantité	Montant à payer
Total à acquitter	EURO			0.00

La loi n°78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique aux fichiers et aux libertés s'applique aux réponses faites à ce formulaire.  
Elle garantit un droit d'accès et de rectification pour les données vous concernant auprès de l'INPI.



**PLATEFORME DE TYPE PRODUIT LOGICIEL POUR L'ANALYSE EN TEMPS REEL  
DE SITES INTERNET**

L'invention est relative à une plateforme de type produit logiciel pour l'analyse en temps réel de sites Internet.

Elle a pour but de fournir une telle plateforme qui  
5 livre une analyse complète de tels sites.

La plateforme selon l'invention est caractérisée en ce qu'elle comprend :

- des moyens d'analyse des données relatives aux visiteurs du site,
- 10 - des moyens d'analyse de la visibilité du site dans l'ensemble du réseau Internet, et
- des moyens pour visualiser les données analysées

La description ci-après explicite certains de ses modes de réalisation et leurs avantages.



L'invention concerne une interface intelligente, ergonomique et personnalisée. Elle permet de maîtriser à l'échelle du globe une stratégie Webmarketing.

La plateforme désignée par Holosfind, constitue un  
5 outil novateur ; ses différentes applications de reporting sur tous les effets induits par le référencement, permettent d'optimiser une stratégie de visibilité. Holosfind permet ainsi un réel retour sur investissement, pour chacune des campagnes de référencement.

10 Holosfind offre une représentation synthétique de tous les résultats de positionnement de sites sur le Web.

On bénéficie ainsi d'une représentation graphique, assortie d'un vrai conseil personnalisé. Il permet de visualiser en un clin d'œil les fondements de la visibilité de sites et de  
15 leur trafic. Holosfind est en soi une interface interactive. Avec elle, on reste en contact permanent avec un Consultant entièrement dédié à la société.

Toute information Webmarketing concernant une campagne de référencement et de positionnement, est stockée au sein  
20 d'Holosfind ; véritable outil de traçabilité de l'évolution de la visibilité et du trafic, il aide à arrêter les décisions les plus opportunes en matière de Webmarketing. A ce titre, il se veut un tableau de bord incontournable pour les dirigeants et managers en charge du Marketing, de la Communication et  
25 d'internet.

Holosfind représente un outil visionnaire, permettant l'anticipation des performances des campagnes actuelles. Et de celles à venir.

Conçu dans le but d'initier et d'accompagner dans la  
30 découverte de l'extranet Holosfind, on peut ainsi comprendre et utiliser au mieux les spécificités de cet outil de marketing électronique avancé.

La plateforme Holosfind préconise une transparence maximale et induit une amélioration constante de la relation  
35 client-prestataire.

La mise en œuvre de la technologie offre transparence et réactivité : l'analyse et la fiabilité des résultats pertinents mis en évidence sur une console, illustre un gage de savoir-faire et induit une conduite rigoureuse.

## CHAPITRE I : BIENVENUE SUR HOLOSFIND

### 1. Comment accéder à Holosfind

HOLOSFIND vous permet d'accéder à une information précise concernant le positionnement de votre site internet sur le Web.

Cette plateforme met à votre disposition : une étude de positionnement complète du site, des rapports mensuels d'études de concurrence concernant vos Web-concurrents positionnés sur les outils de recherche, mais aussi une analyse globale du trafic généré sur votre site ainsi qu'un suivi méticuleux du programme d'indexation. La plateforme Holosfind sélectionne par ailleurs une information pertinente et utile sur votre environnement Web.

#### 1.1. Connection à votre plate-forme holosfind

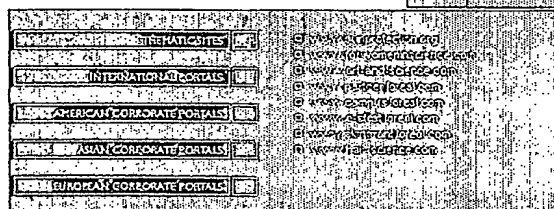
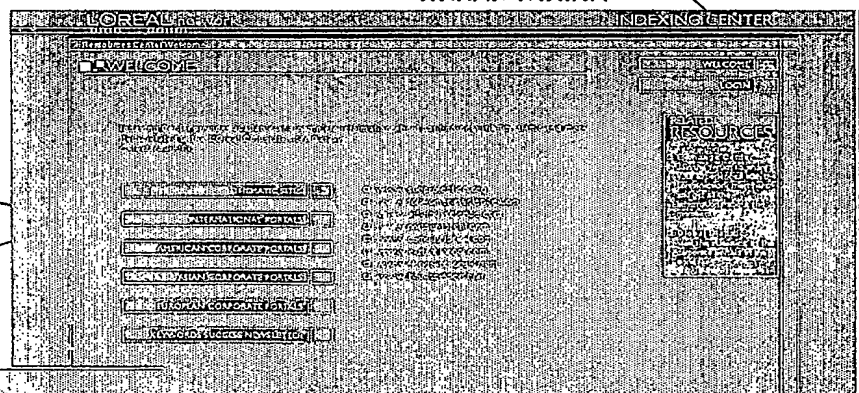
insérer dans votre navigateur l'adresse Url de votre plate-forme:

<http://www.extranetfind.com>

CHOSISSEZ URL VOUS

CONCERNANT

- THEMATIC SITES
- INTERNATIONAL PORTALS
- AMERICAN CORPORATE PORTALS
- ASIAN CORPORATE PORTALS
- EUROPEAN CORPORATE PORTALS



➤ Un Click sur les titres et les Urls s'affichent

Un Click sur votre URL,  
ouvre la login page

## 1.2. identifiez vous

Entrez vos noms et codes d'accès afin d'accéder à la page d'accueil

Enter your password

Username:

Password:

[If you don't remember your password, click here for retrieval of your password.](#)



Accès à la page d'accueil

Sorry, the password is not correct  
please try again.  
If you don't remember your password,  
Click here for retrieval of your  
password.

## 1.3. mot de passe égaré ?



Remplissez le formulaire afin de récupérer votre mot de passe.

for retrieval of your password

Username:

Country:

Function:

Email:



Ouverture de votre P.O.P up mail afin de contacter notre Webmaster.

Après identification, votre login et votre mot de passé vous seront envoyés.

## 2. Découverte de la page d'accueil d'HOLOSFOUND

**HOLOSFOUND**

**BIENVENUE**

**PRINIPAUX ITEMS**

- WEB POSITIONING
- TRAFFIC REPORT
- FIND PROCESS

**Zone dédiée Référencement.com**

**Infos Rapides A La Une**

### WEB POSITIONING

Le module de Web positioning fournit une approche ciblée de l'évolution du processus de Référencement de votre site. Une étude de qualité, en terme de visibilité sur les moteurs de recherche est mise en exergue par une analyse croisée des mots clé et des moteurs de recherche. Deux options analytiques spécifiques envisagent soit une étude mot-clé par mot-clé, soit une analyse par outil de recherche.

Une étude de concurrence permettant un calibrage optimal du site ainsi qu'un suivi-garantie sont disponibles sur ce module.

### TRAFFIC REPORT

Ce module prévoit un monitoring précis du trafic sur le site : notamment un suivi démographique assorti de statistiques concernant la provenance des internautes, la langue qu'ils utilisent, et le fuseau horaire de leur connexion. Dans un souci d'optimisation maximale du site.

### FIND PROCESS

Bienvenue au cœur de votre processus de Workflow. Ce module procure une vision synthétique et pointue de la mise en œuvre de la technologie Find au service de votre site. Cette interface permet un contact continu et permanent, avec votre web consultant.

### **3. Vos principaux Outils durant la Navigation**

#### **3.1. Comment imprimer ?**



Vous pouvez disposer d'une version papier à tout instant de votre navigation en cliquant sur l'icône « imprimer »

#### **3.2. se référer à l'index**



L'INDEX comprend tous les e-termes propres à votre console, utiles durant votre navigation.

#### **3.3. aide**



Accédez à l'aide lorsque vous rencontrez des difficultés au cours de la navigation.

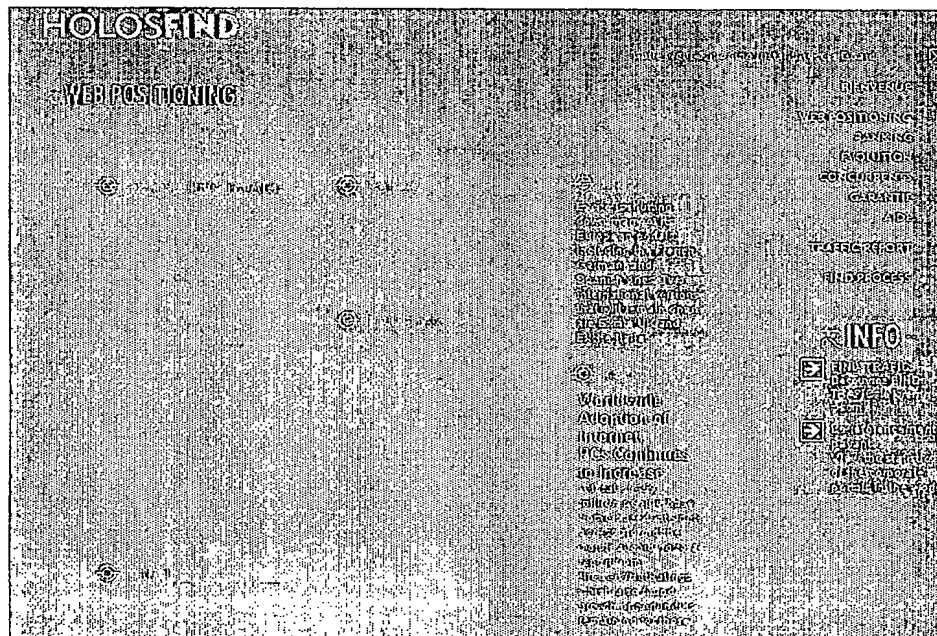
## CHAPITRE II : VISIBILITE ET POSITIONNEMENT SUR LE WEB

### 1. Premiers Pas Sur Le Module Web Positioning

#### > La Page d'accueil Web Positioning

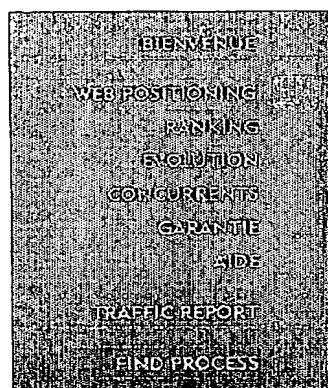
La page d'accueil du menu Web Positioning offre une vision synthétique et facile d'accès du stade d'indexation du site. Et du positionnement des mots clé en terme de visibilité.

Une information calibrée, en terme d'indice du Taux de Pénétration sur le Net est regroupée au sein des top1, top10, top 20 sur les outils de recherche et visible sur la page d'accueil. Avec cette page, vous accédez à une information récente, percutante et ciblée web-environnement.



### > Votre barre de navigation Web positioning

Accédez à toute l'information concernant le positionnement et la visibilité de votre site en cliquant sur les items de votre barre de navigation.



#### RANKING (cf. 2)

Cet item vous permet d'accéder à une information précise en terme de positionnement de votre site et de visualiser le positionnement de vos mots clé.

#### EVOLUTION (cf. 3)

Suivez pas à pas la progression de votre site en terme de visibilité et de positionnement au cours du process Find mis en œuvre par Référencement.com.

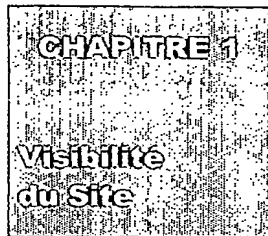
#### CONCURRENT (cf. 4)

Nous vous proposons une veille concurrentielle concernant les principaux acteurs de vos marchés.

#### SITE WARRANTY (cf. 5)

Suivez votre processus de Référencement garanti.



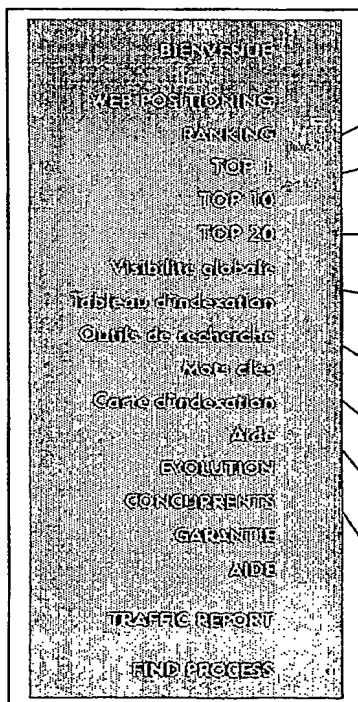


## 2. Comment évaluer la visibilité du Site

Cet élément vous permet de disposer d'informations précises sur le positionnement de votre site, en termes d'indexation et de classement des mots clé dans les top 1, top 10, top 20 mais aussi en terme de visibilité globale du site.

### > Votre Barre de Navigation Ranking

Accédez à tous les positionnements en utilisant la barre de navigation à la droite de l'écran, ou en cliquant sur les liens.



#### 🔍 TOP ONE VISIBILITE (cf.2.1)

Cet item vous permet d'accéder au classement des mots clé positionnés en première position sur les outils de recherché.

#### 🔍 TOP 10 VISIBILITE (2.1)

ce module permet d'accéder au classement des mots-clé positionnés entre la première et la dixième place sur les outils de recherche.

#### 🔍 TOP 20 VISIBILITE (cf.2.1)

Cet item permet l'accès aux mots-clés classes entre la première et la vingtième position sur les outils de recherché.

#### 🔍 VISIBILITE GLOBALE (cf.2.1)

L'objet de cette rubrique est de permettre une visibilité globale en terme d'indice du taux de pénétration sur le net (ITPN), garant du process de positionnement. Les mots clé étudiés sont positionnés entre la première et la quarantième position sur les outils de recherche.

#### 🔍 TABLEAU D'INDEXATION (cf. 2.2)

Visualisez l'évolution de la progression en terme d'indexation jusqu'à atteindre les résultats planifiés.

#### 🔍 OUTLIS DE RECHERCHE (cf. 2.3)

Ce filtre donne accès aux mots-clé positionnés par les outils de recherche, outil de recherche par outil de recherche. L'outil annuaire et moteur de recherche, propose un analyse calibrée pour chacun des mots clé positionnés.

#### 🔍 MOTS CLES (cf.2.4)

Cet item offre un suivi chapitreculier du positionnement d'un mot-clé spécifique. Il prend en compte les mot-clés positionnés entre la première et la vingtième position.

#### 🔍 CARTE D'INDEXATION (cf.2.5)

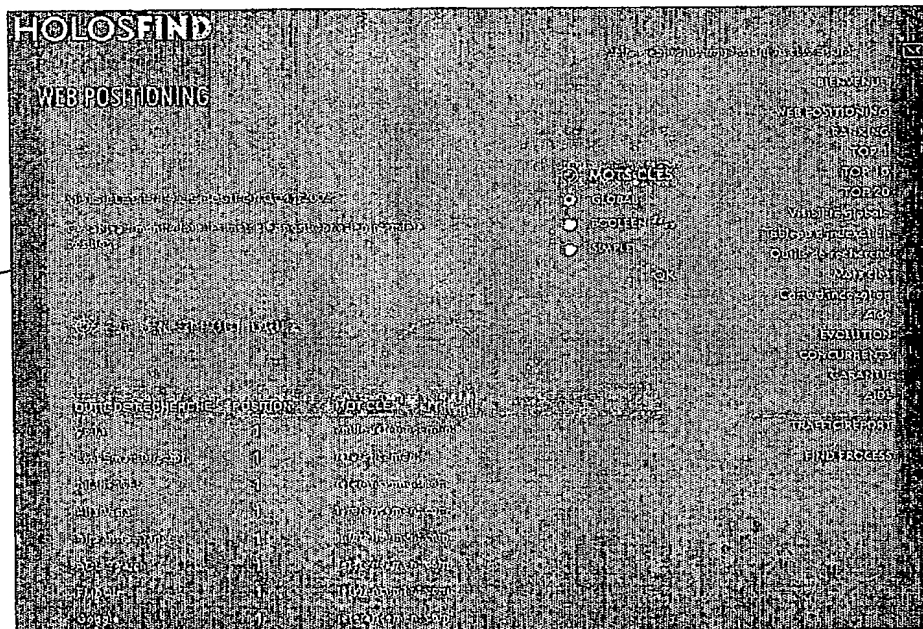
La carte d'indexation propose une visualisation de toutes les Urls indexées au sein des différents moteurs de recherche.

## 2.1.ITPN des mots-clé : les top visibilité

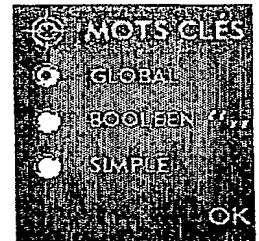
*L'indice du taux de pénétration sur le net est envisagé selon différentes options de requête.*

*Il est facilement visualisable, sous forme de tableaux « Top Visibilité », lesquels sont assortis d'un outil dédié permettant d'affiner l'information selon les type de requêtes des internautes.*

*Une analyse effectuée par par votre Web consultant accompagne, chaque phase de l'analyse visibilité des mots-clés.*



• Outils de recherche



Cet outil renvoie à un tri selon trois options : Global, booleen, simple. Il offre une visibilité précise des impacts des mots clés. Et permet une étude pointue des requêtes des internautes, dans une perspective évolutive.

• Positionnement des mots-clés

• listing des mots-clés

Le top One permet la visibilité des mots clés classés en première position sur les outils de recherche.

Le Top 10 met en relief les mots clés classés entre la première et la dixième position sur les outils de recherche.

Le Top 20 met en exergue les mots clés classés entre la première et la vingtième position sur les outils de recherche.

Le tabloid visibilité globale permet une visualisation de l'ensemble des résultats obtenus grâce au process de positionnement sur le Web.

Ce pour les mots clés positionnés entre la première et la quarantième position.

## 2.2.niveau d'indexation

L'objet de la table d'indexation est de vous fournir un suivi permanent et de qualité du stade d'indexation de votre site sur les moteurs de recherche. Il s'agit d'un listing permettant de visualiser les outils de recherche et annuaires sur lesquels votre site est indexé, et la progression du processus d'indexation.

L'indexation dans les bases des outils de recherche constitue la première étape, la seconde étant le positionnement de votre site par une stratégie fondée sur les mots-clés.

Il convient de distinguer la phase d'indexation, de la phase de **ranking**, par mots clés, qui est la suivante dans le process.

Les moteurs utilisent un robot, souvent appelé spider, qui va dans un premier temps visiter l'Url soumise et l'indexer dans sa base. Plusieurs semaines, peuvent être nécessaires avant que le spider ne revisite le site et que de nouvelles pages soient archivées en fonction des mots clés. Le processus de référencement sur les annuaires est différent selon les cas : le référencement peut soit s'effectuer automatiquement après la soumission, soit, à l'instar de la procédure sur Yahoo, après une visite préalable des sites soumis, ils seront référencés manuellement dans les catégories pertinentes, au terme d'un contrôle préalable de la qualité du site.

### OUTILS DE RECHERCHE

alltheweb	indexé
altavista	indexé
excite	indexé
Google	indexé
HotBot	indexé
MSN	indexé
LYCOS	indexé
LookSmart	indexé
MSN	indexé
Wise	indexé
YAHOO!	indexé

### CONTROLE DU STADE D'INDEXATION

### 2.3.étude de visibilité sur les moteurs de recherches

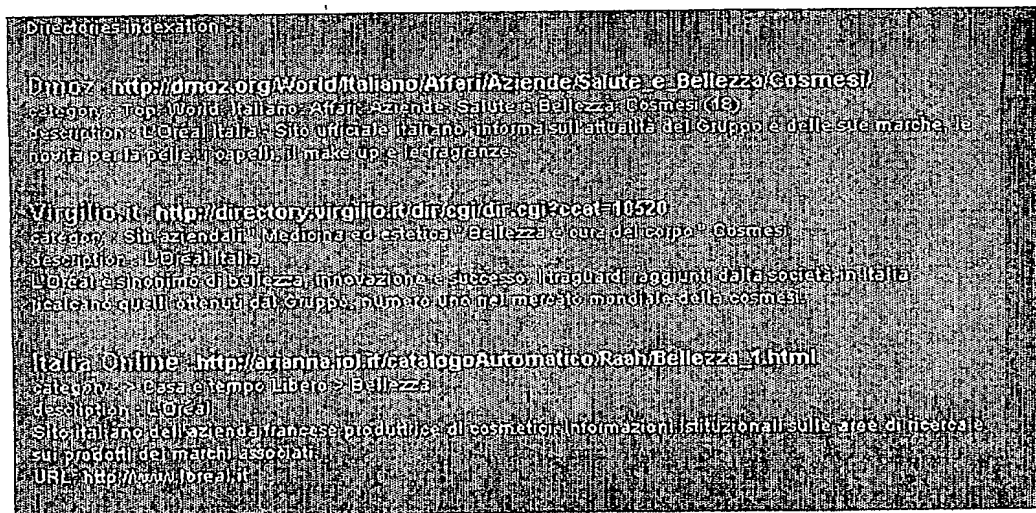
*L'index moteur de Recherche dispatche l'information concernant l'indexation sur les annuaires et le classement des mots clés positionnés sur les outils de recherche.*

*Ce filtre offre un accès direct à la visibilité de votre site grâce à la pertinence de vos mots-clés.*

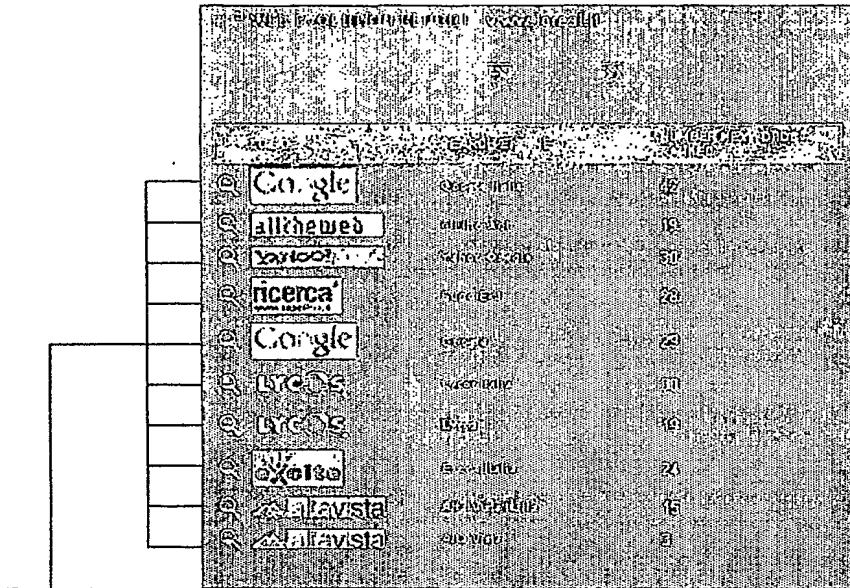
*Le tabloïd visibilité sur les moteurs de recherche propose une synthèse du nombre de mots clés positionnés, pour chaque outil de recherche. Vous disposez, ainsi d'une vision globale de tous les outils de recherche qui recensent les mots clés positionnés entre la 1<sup>re</sup> et 20<sup>me</sup> position.*

*En cliquant sur l'icône de la loupe à gauche, positionnée à côté de chaque outil, vous pourrez découvrir le résultat obtenu pour un mot clé précis.*

### ➤ Informations concernant l'indexation de votre site sur les annuaires



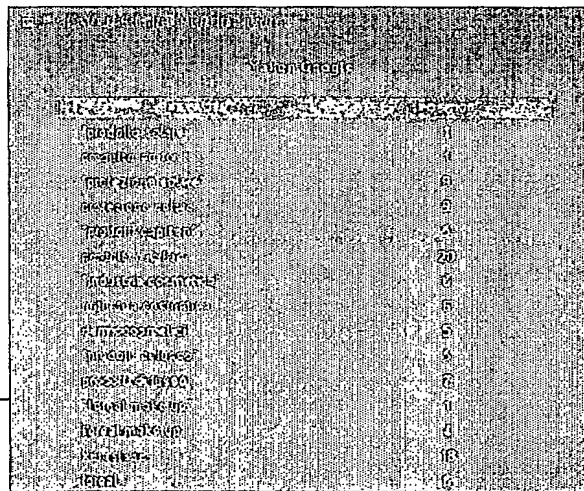
## > Reporting de l'évolution de votre visibilité sur les outils de recherche



Logo	Moteur de recherche	Classement
Google	Google	1
alltheweb	alltheweb	10
Vindex	Vindex	30
ncerca	ncerca	20
Google	Google	20
lycos	lycos	10
lycos	lycos	10
exolab	exolab	20
Alavista	Alavista	10
Alavista	Alavista	10



Accédez d'un click, au classement de vos mots clés sur le moteur de recherche dûment sélectionné



Mots clés	Classement
Google	1
alltheweb	10
Vindex	30
ncerca	20
Google	20
lycos	10
lycos	10
exolab	20
Alavista	10
Alavista	10

*Ce tableau est un indicateur du nombre de fois où un mot clé précis est positionné sur l'ensemble des outils de recherche dûment sélectionnés. Obtenez, ainsi, pour chaque mot clé et en un clin d'œil, un panorama précis, exhaustif et détaillé des résultats de positionnement. Cliquez sur l'icône de la loupe, positionnée à côté de chaque mot clé, et découvrez en détail les positions exactes par outil de recherche.*

[illegible]

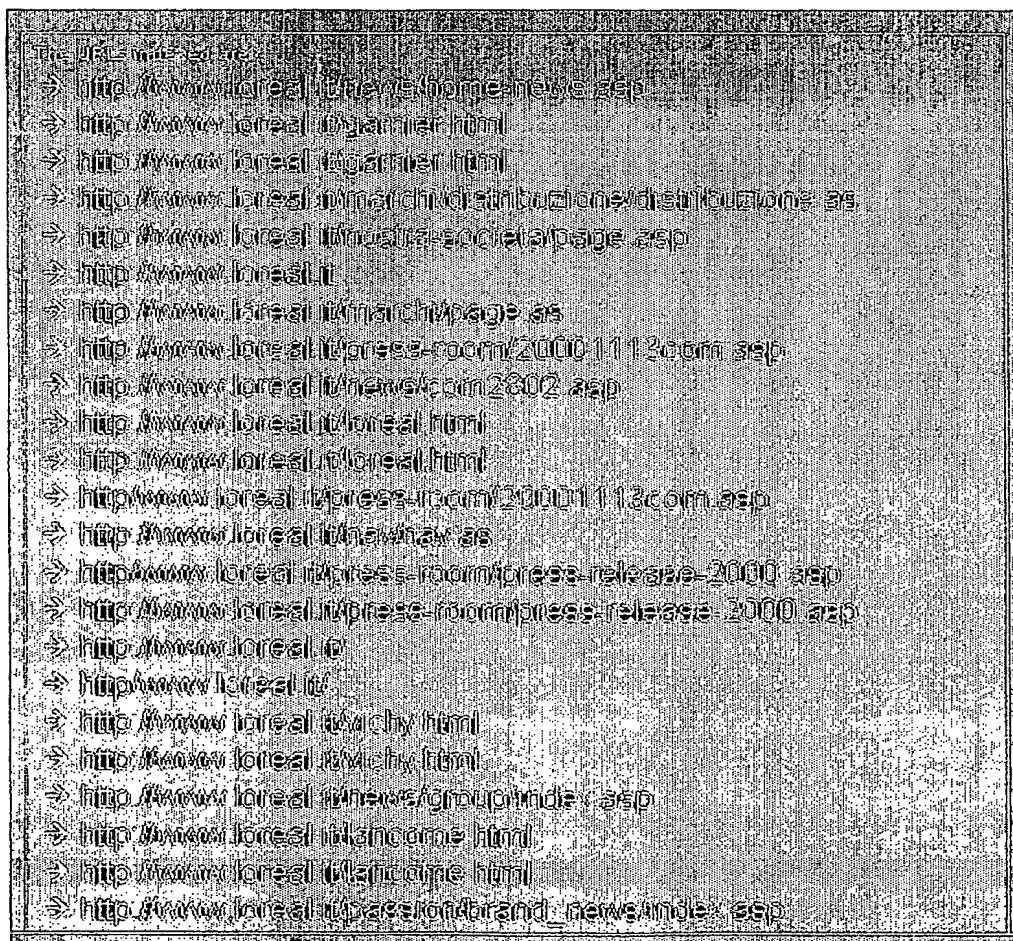
SEARCH ENGINE REPORT TABLE	
prodotto solare	
KEYWORD	POSIZIONE
Google	1
Google Italia	1
Il Rivelatore	2
SUN-EVA	1
Yahoo Google	1



## 2.5. Carte d'indexation : synthèse

*La carte d'indexation permet l'affichage des différentes URLs indexées dans les outils de recherche. Nous vérifions les résultats obtenus sur l'ensemble des urls par votre site.*

*Chaque URL représente des webpages dont le contenu est différent. Les Urls seront ajoutés, par nos soins, distinctivement dans les outils de recherche. Ainsi, les spider balaieront chaque page web présente dans sa base de données, afin d'archiver l'intégralité de son contenu. En principe, le robot détecte tous les liens présents dans le site et indexe, par là même, les pages possédant un contenu éditorial pertinent.*



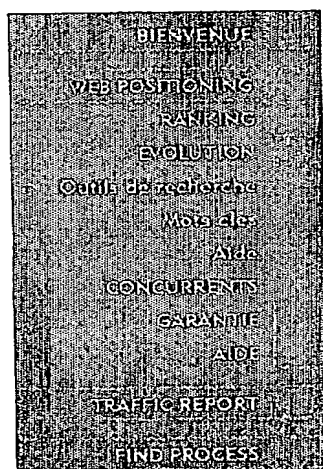
### 3. Etude De Positionnement Du Site

*Le module d'évolution de votre positionnement vous permet de mesurer, point par point, les progrès de ranking de votre site Web.*

*La veille sur les principaux moteurs de recherche chaque mois nous permet d'agir quand votre positionnement stagne ou diminue.*

*Vous pouvez suivre l'évolution des positionnement, soit par outil de recherche, soit par mot clé.*

#### > Votre barre de Navigation EVOLUTION



##### 🔍 OUTILS DE RECHERCHE (cf. 2.)

Accédez au module de veille sur les outils de recherche.

##### 🔑 MOTS CLES (cf. 3)

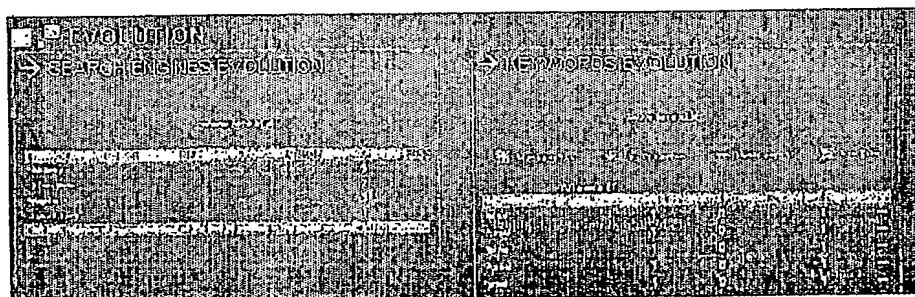
Suivez pas à pas la progression de votre site en terme de visibilité et de positionnement au cours du process Find mis en œuvre par Référencement.com.

##### 🆘 AIDE (cf. 4)

Avez-vous besoin d'aide ?

#### > EVOLUTION: MENU

*Vous disposez d'un double accès aux filtres « Outils De Recherche » et « Mots Clés » sur cette page : un accès personnalisé en cliquant directement sur les tabloïds, outre les liens dans la barre de navigation.*





## CHAPITRE 3

### Evolution sur les Outils de Recherche

#### 3.1. Focus sur l'évolution du positionnement sur les outils de recherche

Découvrez sur quel outil de recherche votre site est le mieux référencé en suivant l'évolution de votre positionnement sur les outils de recherche. Un suivi du déroulement des opérations de référencement sur les outils de recherche vous est accessible en **cliquant** sur vos liens outils de recherche. Visualisez directement la dynamique de vos positions sur les outils de recherche.

SE	PREVUE	COURANT	SUITE
AltaVista	1	1	1
Excite	1	2	2
HotBot	2	3	3
MSN	2	4	4
MSN	3	5	5
MSN	3	6	6
MSN	7	7	7
MSN	9	8	8
Google	10	9	9
SuperBot	11	10	10
MSN	12	11	11
All the Web	13	12	12
Excite	2	13	13
Innovator	14	14	14
MSN	15	15	15
Google	16	16	16

### 3.2. Focus sur l'évolution du positionnement des mots clé

Suivez l'évolution du positionnement de vos mots clés. Visualisez la dynamique de votre stratégie des mots clé en cliquant sur vos liens, sur la barre de navigation ou directement sur le tableau. Les icônes repères vous permettent de repérer facilement l'évolution de la progression du positionnement de vos mots clé : position ascendante, descendante, stable ou nouveau positionnement.

En cliquant sur la loupe située à gauche de vos mots clés répertoriés, vous accéderez via un lien direct, à la page du moteur de recherche sur lequel votre mot clé est positionné.

Ainsi vous visualiserez vos résultats, avec l'œil de l'internaute.

✚ Outil de recherche sélectionné pour le reporting sur l'évolution de votre stratégie web marketing en terme de mots clé.

	↑	↕	↓	○
1	1	1	1	1
2	1	1	1	1
3	1	1	1	1
4	1	1	1	1
5	1	1	1	1
6	1	1	1	1
7	1	1	1	1
8	1	1	1	1
9	1	1	1	1
10	1	1	1	1

✚ Cette colonne vous permet de visualiser rapidement le positionnement du mot clé choisi et son évolution relative.



Cliquez et visualisez le positionnement de ce mot clé, directement sur l'outil de recherche pré-sélectionné



## **4. Etude De Concurrence**

*Ce module comprend le Monitoring et le Benchmarking de vos concurrents*

*Référencement effectuée pour vous, une veille concurrentielle de vos principaux concurrents sur le Web, avec un Reporting mensuel de leur positionnement sur le net, intégrant études et analyses de leurs stratégies de visibilité. Mais aussi, le Monitoring de votre marque sur le Net ; soit, une étude de l'utilisation frauduleuse de votre marque sur Internet, par une définition accrue des mots clés relatifs à votre marque et à vos sociétés, doublée de procédures d'audit et de reporting concernant leurs utilisations frauduleuses sur le Net.*

### **4.1.principaux concurrents**

*Visualisez tableaux et graphiques ayant trait à l'analyse des stratégies de positionnement de vos principaux concurrents sur le Web.*

*Cette étude concurrentielle est une prestation privilégiée de veille stratégique concernant les principaux acteurs de vos marchés. Assurée sous la direction de Référencement.com, elle propose un monitoring en termes d'Indice du Taux de Pénétration sur le Net, d'étude de positionnement des mots clé, de requêtes sur les moteurs de recherche.*

### **4.2.monitoring et benchmarking**

*La veille sur les marques de vos sociétés et une prestation de qualité assurée par nos soins. Référencement.com vous informe en temps réel de l'utilisation des marques de vos Sociétés sur le Web.*

## 5. La Garantie Find

*Contrôlez vos garanties Mots clés, et découvrez vos positions: un gage de la fiabilité et de la qualité de notre process.*

*Ce Filtre prévoit un suivi progressif de la visibilité et du positionnement de vos site et de nos engagements.*

*Selon nos engagements contractuels, nous garantissons un top 20 sur les dix outils de recherche les plus utilisés. Un minimum de 3 à 5 mots clé positionnés dans le top 10 selon le contrat. Un positionnement dans le top 1 sur les déclinaisons de vos marques. (selon les options du contrat).*

*(Cf. Chapitre II 2.1. "TPN des mots-clé : les top visibilité")*

### 5.1.reporting de la garantie

*Accédez à vos taux de garantie, répartie selon trois tables, prenant en compte les spécificités des mots clé et leur nombre d'apparition au même titre que les options du contrat.*

Mots-clés	Nombre d'apparitions
"produit solaire"	1
"produit solaire"	2
"produit solaire"	5
"produit solaire"	6
"protection solaire"	1
"protection solaire"	1
"protection solaire"	5
"protection solaire"	5
"produit capillaire"	1
"produit capillaire"	1
"Loreal cosmetici"	2
"Loreal cosmetici"	2
"Loreal cosmetici"	5
"Loreal cosmetici"	5
"produit cosmetici"	2

### 5.2.infos garantie

*Cet item est en cours de développement.*

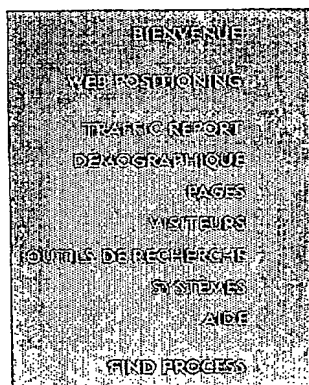
## CHAPITRE III : QUID DU TRAFIC SUR LE SITE

*Bienvenue sur la page d'accueil Traffic Report. Vous disposez d'une information synthétique à l'image du trafic sur votre site. Le menu traffic report vous permet d'accéder aux données fondamentales qui caractérisent la circulation des internautes sur votre site, en termes d'informations démographiques, linguistiques, originelles. Découvrez la provenance des internautes qui visitent votre site, l'organisation dont ils sont issus, leur répartition par nom de domaine, leurs fuseaux horaires de connexion et leurs impacts sur votre positionnement.*

*Cette étude systématique et pointue vous permettra de parvenir à une optimisation de votre site.*



### Votre barre de Navigation Traffic Report



#### DEMOGRAPHIQUE

Accéder à une information pointue et facile d'accès concernant les statistiques démographiques de fréquentation de votre site. Affinez votre cœur de cible en découvrant la langue, la provenance, l'origine le fuseau horaire de connexion de vos visiteurs.

#### PAGES

Mesurez l'activité générale sur votre site et identifiez clairement les pages web génératrices de trafic en accédant aux chiffres clés en termes de pages visitées

#### VISITEURS

Visualisez le process de fidélisation des internautes sur votre site: Visiteurs nouveaux, visiteurs fidélisés et visiteurs anonymes.

#### OUTILS DE RECHERCHE

Découvrez les statistiques de trafic en termes de visites

#### SYSTEMES

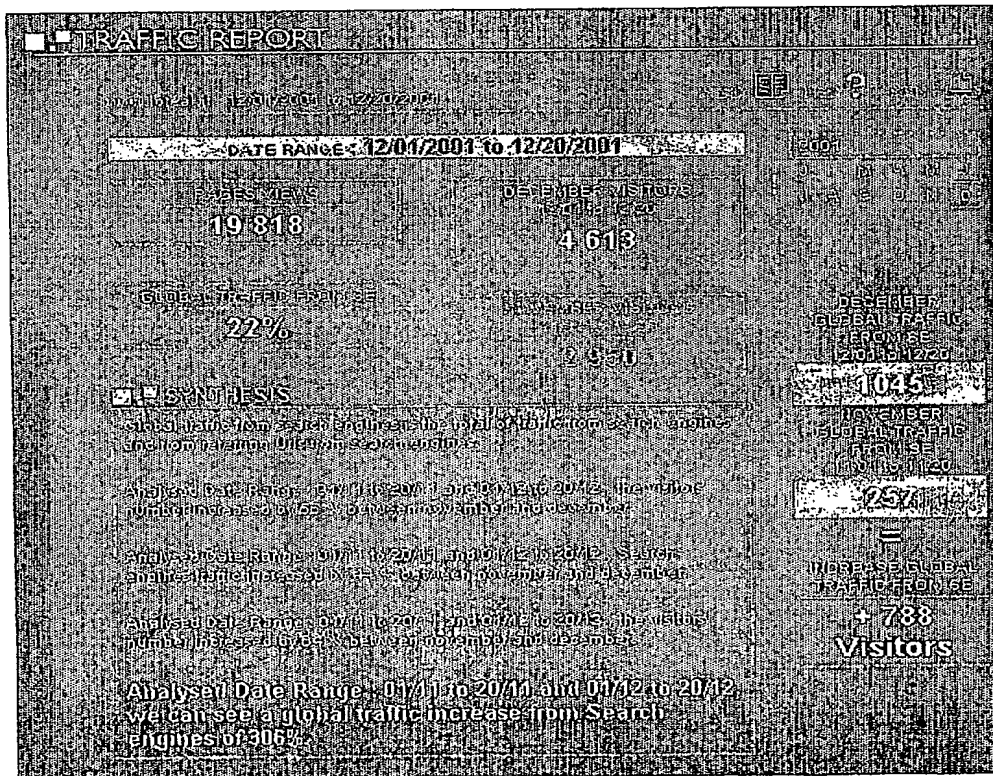
Cet item a été développé pour vous de façon à vous permettre d'optimiser le trafic généré par votre campagne de positionnement. Découvrez les caractéristiques système du matériel et du software utilise par les internautes visitant votre site.

## > Votre page d'accueil Traffic Report

La page d'accueil Traffic Report vous permet d'accéder à une information précise et ciblée en termes de fréquentation de votre site. Visualisez la dynamique votre site, par une analyse comparative de vos chiffres, doublée d'une étude prospective de la provenance du trafic généré.

Comparez de façon générale la nature des internautes visitant votre site, d'un mois sur l'autre. Cette étude ciblée, sera affinée par une évolution du trafic en provenance des moteurs de recherche : le taux d'accroissement du trafic généré par les outils de recherche, et sa transcription en termes de visiteurs sont disponibles sur cette page.

Une synthèse de qualité accompagne le reporting des chiffres clés afférent à ce module.



sélectionnez  
votre rapport  
mensuel ou  
hebdomadaire  
(selon options  
contractuelles)  
en cliquant sur le  
calendrier

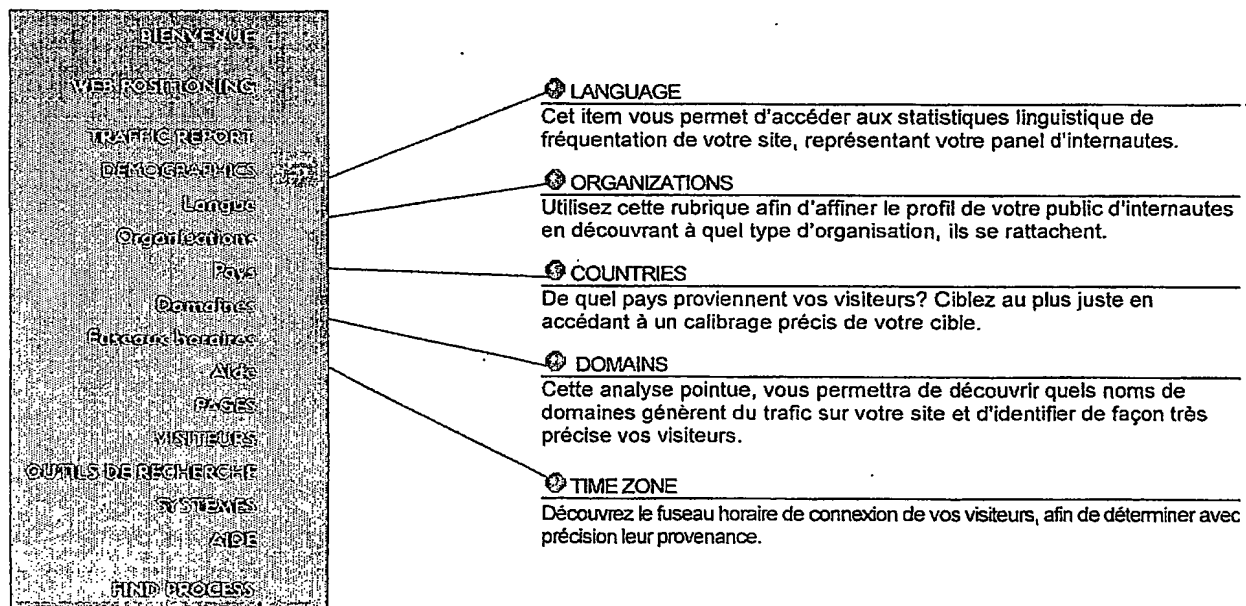
## 1. Étude Démographique Du Trafic

*La page d'accueil Démographique vous fournit des données calibrées concernant la nature du trafic sur votre site. Visualisez les données clés représentatives des visiteurs sur votre site ; Quelle langue utilisent-ils à la connexion ? De quel type d'organisation sont ils issus ? De quel pays, de quel noms de domaines émanent-ils ?*

*Une analyse croisée de leur fuseau horaire de connexion avec les autres données, permettra d'établir des statistiques simples et fiables, et d'en mesurer l'impact sur votre campagne de positionnement.*

*Ce profiling, analyse systématique et ciblée, vous permettra d'atteindre, dans les meilleurs délais, les conditions d'optimisation les meilleures.*

### ➤ Votre Barre de Navigation Démographique



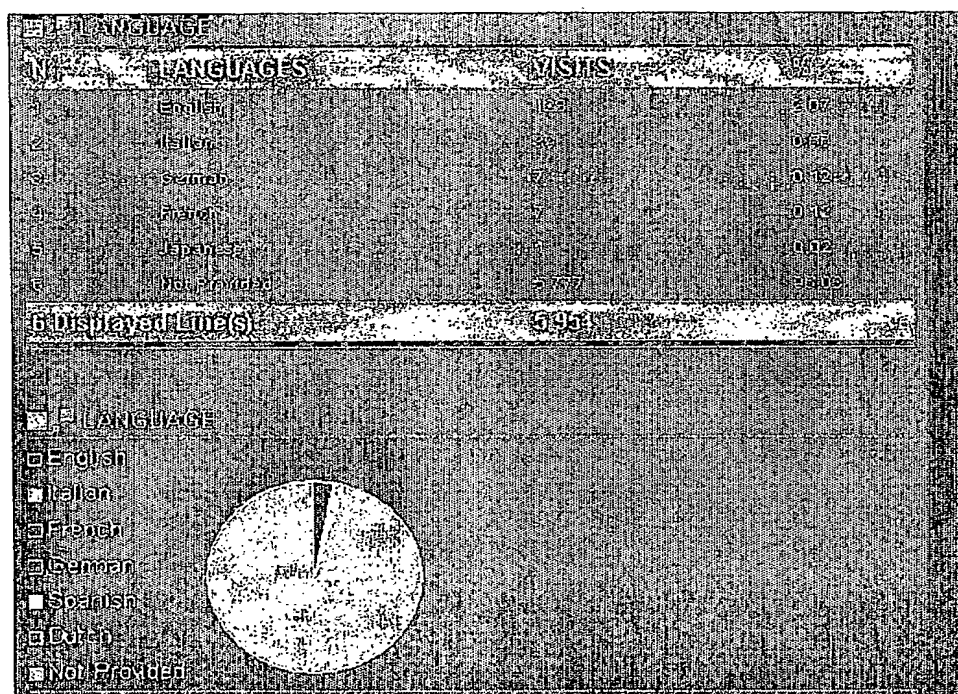
The diagram shows a vertical navigation bar on the left with the following items: BIENVENUE, WEB POSITIONING, TRAFFIC REPORT, DEMOGRAPHICS, Langue, Organisations, Pays, Domaines, Fuseau horaire, AGE, PAGES, VISITEURS, OUTILS DE RECHERCHE, SYSTEMES, AIDE, and FIND PROCESS. Five callouts point to specific items in the 'DEMOGRAPHICS' section:

- LANGUAGE**  
Cet item vous permet d'accéder aux statistiques linguistique de fréquentation de votre site, représentant votre panel d'internautes.
- ORGANIZATIONS**  
Utilisez cette rubrique afin d'affiner le profil de votre public d'internautes en découvrant à quel type d'organisation, ils se rattachent.
- COUNTRIES**  
De quel pays proviennent vos visiteurs? Ciblez au plus juste en accédant à un calibrage précis de votre cible.
- DOMAINS**  
Cette analyse pointue, vous permettra de découvrir quels noms de domaines génèrent du trafic sur votre site et d'identifier de façon très précise vos visiteurs.
- TIME ZONE**  
Découvrez le fuseau horaire de connexion de vos visiteurs, afin de déterminer avec précision leur provenance.



## 1.1. langue utilisée par les internautes

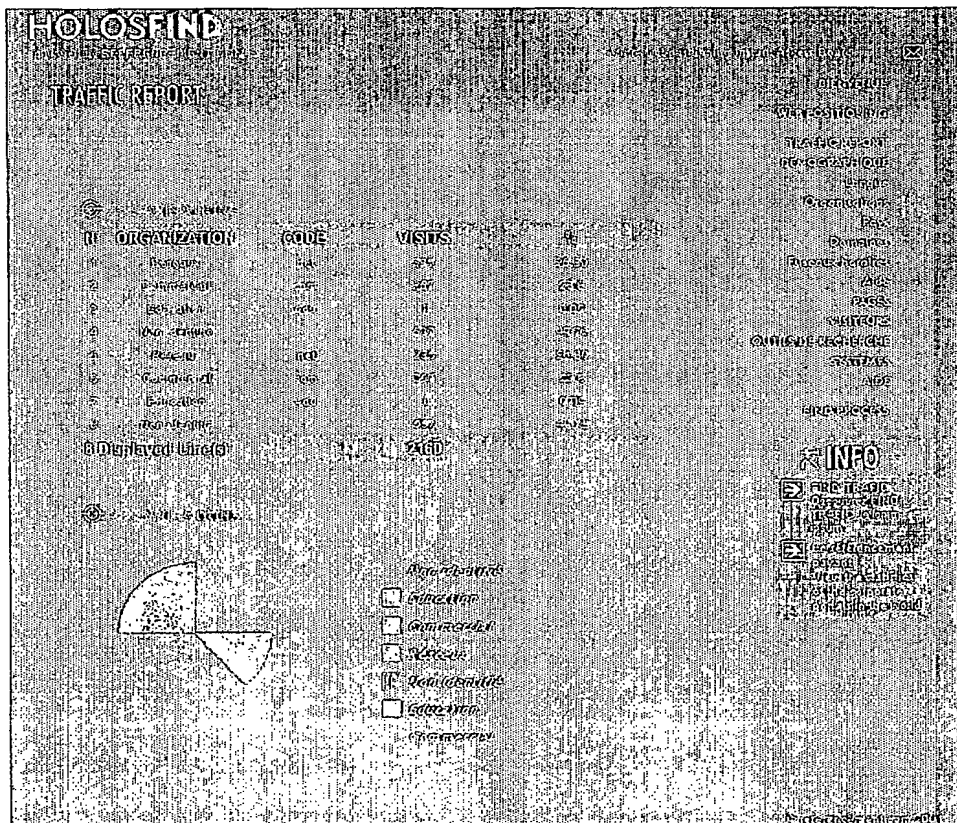
*Cette page vous propose tableau et graphique, destinés à visualiser la répartition proportionnelle chiffrée des langues utilisées par les internautes lors de leur visites sur votre site. Pourcentage et chiffres clé, vous permettrons d'identifier clairement la cible de votre politique de Web Marketing.*





## 1.2.référentiel d'Organisations : provenance des internautes

Cet item vous permet d'accéder à un référentiel d'Organisations d'où proviennent les internautes visitant votre site. Une visualisation, nominative du type d'organisation, de l'extension codée identifiée, doublée d'une approche chiffrée et de son pourcentage offrent un réel outil de mesure d'audience sur votre site.



### 1.3.Pays d'Origine des Internautes

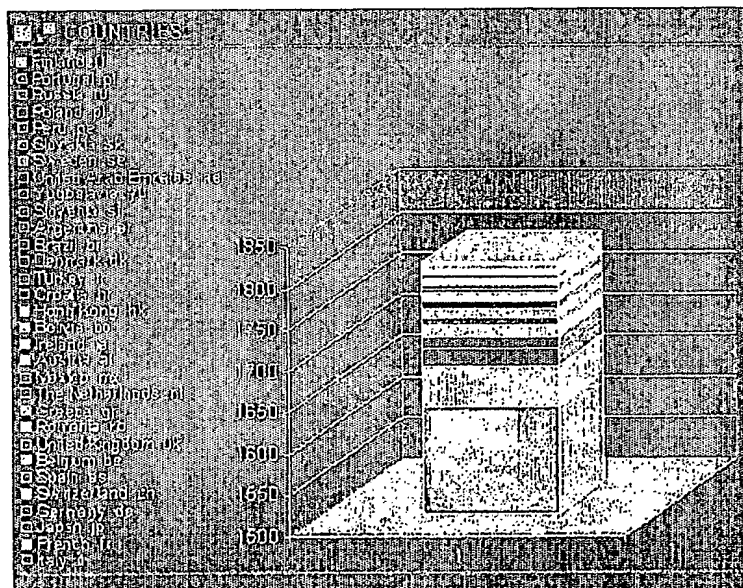
#### > Le Tabloïd Pays d'Origine

Le tabloïd démographique PAYS, propose une vision synthétique de la répartition de vos internautes selon leur pays d'origine, par l'identification de leur code pays, le comptage numérique réel. Le taux de fréquentation, selon l'origine contribue à vérifier la pertinence de votre cœur de cible.

COUNTRIES				
Rank	COUNTRY	CODE	VISITS	Rate
1	Italy	IT	2,336	37.75
2	France	FR	88	1.50
3	Belgium	BE	68	1.24
4	Spain	ES	31	0.50
5	Switzerland	CH	28	0.45
6	U.S.A.	US	19	0.30
7	Canada	CA	14	0.22
8	The Netherlands	NL	14	0.22

#### > Graphique

Utilisez l'interface graphique afin de visualiser clairement les flux démographique de vos internautes et leur pays d'origine.



## 1.4. Référentiel des Noms de Domaines des Visiteurs

*Cette rubrique identifie la provenance de vos visiteurs via les noms de domaines dont ils sont issus. Le calibrage et les ajustements éventuels de votre politique de Web Marketing, s'appuieront sur l'aspect factuel et chiffré de l'étude démographique pointue, dédiée aux visites sur votre site.*

DOMAINES		
	DOMAINE NAME	VISITS
1	hotmail	204
2	tesat.fr	158
3	unif	139
4	all-sports	122
5	gentle.fr	115
6	netnet	111
7	zulfra.com	105
8	gdr.fr	101
9	webnews.fr	100
10	ambassadors	100
11	mbabusiness.fr	100
12	mbabusiness.fr	100
13	ad.com	100
14	mag.fr	100
15	fred	100
16	netnet	100
Total Display Online		173
Total Display All		291

Utilisez les  
flèches pour  
visualisez  
l'intégralité  
des  
chiffres-clés

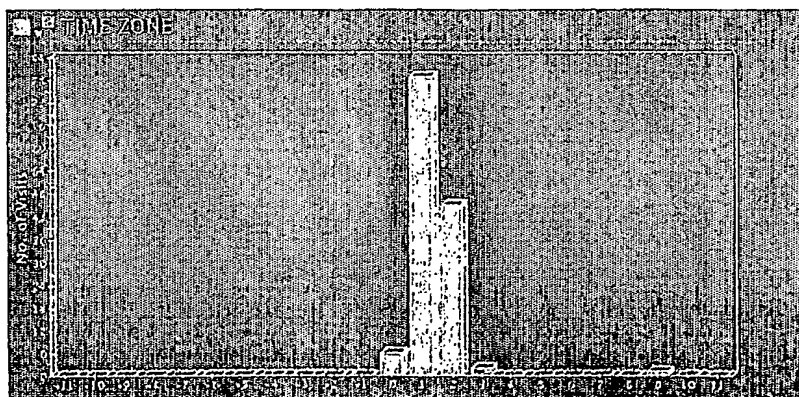
## 1.5.Référentiel des Fuseaux Horaires des Visiteurs

### > Tableau des Fuseaux Horaires des Visiteurs

Obtenez une information affinée, en croisant les données que vous avez obtenues dans les item précédents. Les fuseaux horaires de connexion permettent une identification démographique formelle.

A VISITS BY TIME ZONE			
N°	TIME ZONE	VISITS	100
1	11	0	0
2	10	0	0
3	9	0	0
4	8	0	0
5	7	0	0
6	6	0	0
7	5	2	1.1
8	4	0	0
9	3	0	0
10	2	0	0
11	1	0	0
12	0	0	0.55
13	1	180	88.89
23 Displayed Lines		180	

### > Interface Graphique : Fuseaux Horaires de Connexion



## 2. Analyse en terme de Pages Vues

Cette rubrique vous permet d'obtenir une information ciblée sur l'activité développée sur votre site :

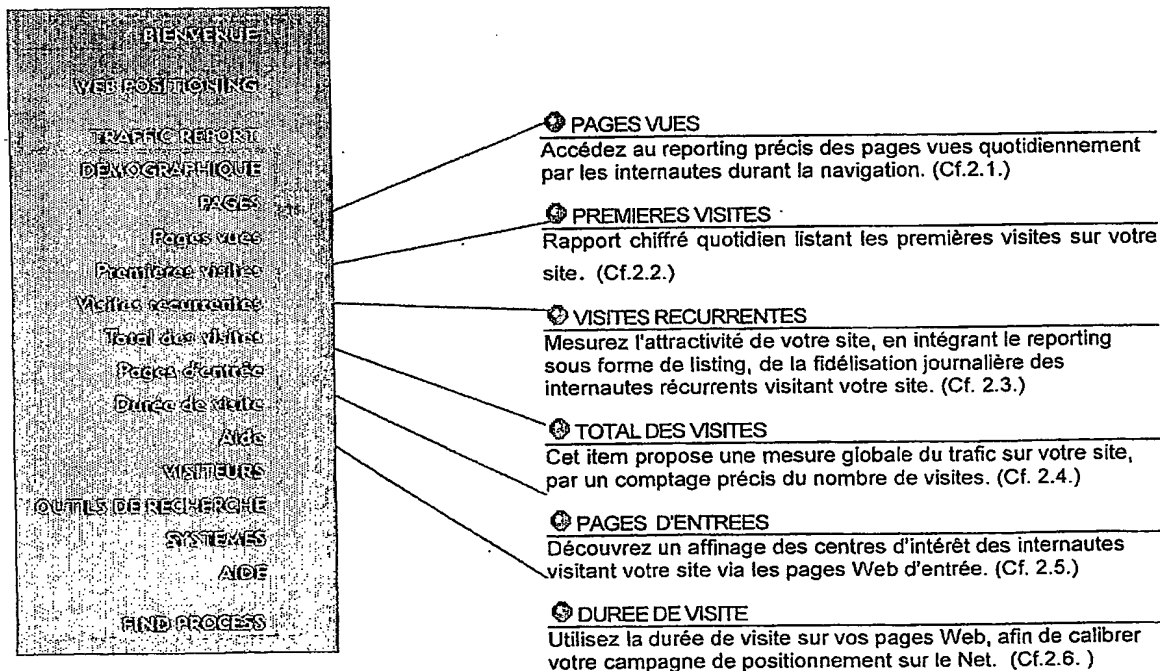
- ▣ Par une mesure précise du trafic généré par les outils de recherche
- ▣ Par l'identification des pages web les plus et les moins visitées sur votre site.

Le positionnement des métatags, en bas de page permet un renseignement pertinent sur le nombre de pages Web réellement vues. Seules les pages intégralement chargées sont comptées comme vues.

Si le visiteur clique sur un lien avant le chargement complet de la page, celle-ci n'est pas comptée comme page vue.

Vous accédez ainsi à un comptage et une répartition tout à la fois fiables et précis, en terme de visite de vos pages Web.

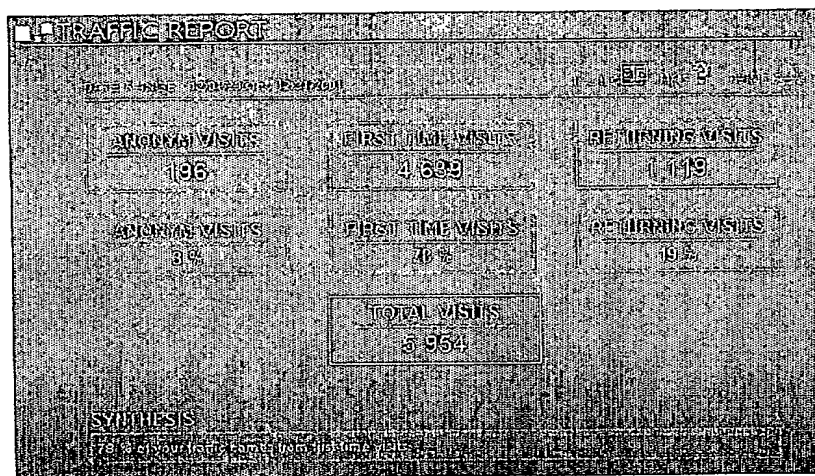
### ➤ Votre barre de Navigation PAGES





## > Votre Page d'accueil PAGES

Cette page vous offre une vision synthétique des chiffres clé développés dans les rubriques afférentes à l'item *Pages*.



### 2.1.listing journalier des pages vues

Ce tableïd met en exergue un rapport quotidien des pages web vues sur votre site, à dessein d'en mesurer l'activité générale. L'identification des pages selon le critère numérique de fréquentation, offre une double perspective : elle permet une polarisation affûtée dans le cadre du process mis en œuvre pour votre campagne de Web Positioning, d'une part, et un ciblage Web marketing en termes d'identification des besoins en ajustement du contenu.

The screenshot displays a 'TOP PAGES VIEWED' table with the following data:

RANK	PAGE	VIEWS
1	...	...
2	...	...
3	...	...
4	...	...
5	...	...
6	...	...
7	...	...
8	...	...
9	...	...
10	...	...
11	...	...
12	...	...
13	...	...
14	...	...
15	...	...
16	...	...
17	...	...
18	...	...
19	...	...
20	...	...
21	...	...
22	...	...
23	...	...
24	...	...
25	...	...
26	...	...
27	...	...
28	...	...
29	...	...
30	...	...
31	...	...
32	...	...
33	...	...
34	...	...
35	...	...
36	...	...
37	...	...
38	...	...
39	...	...
40	...	...
41	...	...
42	...	...
43	...	...
44	...	...
45	...	...
46	...	...
47	...	...
48	...	...
49	...	...
50	...	...

## CHAPITRE 3

### Visiteurs Nouveaux & Récurents

#### 2.2.analyse croisée des pages vues par les nouveaux visiteurs

Une visite débute au moment de l'accès au site, et s'achève à la déconnexion de l'internaute. La déconnexion est assimilée, d'un point de vue technique, à une durée de visite supérieure à 30 minute sur une page qui serait la dernière visitée du site. La durée attribuée à la visite de cette page est forfaitairement assimilée à 30 secondes.

Cette table, mensuelle, met en relief le nombre de page vues par nouveaux visiteurs, et le taux journalier assorti.

DATE	VISITES	Taux
12/01/2001	105	2.12
12/02/2001	105	2.12
12/03/2001	105	2.12
12/04/2001	105	2.12
12/05/2001	105	2.12
12/06/2001	105	2.12
12/07/2001	105	2.12
12/08/2001	105	2.12
12/09/2001	105	2.12
12/10/2001	105	2.12
12/11/2001	105	2.12
12/12/2001	105	2.12
12/01/2002	105	2.12
12/02/2002	105	2.12
12/03/2002	105	2.12
12/04/2002	105	2.12
12/05/2002	105	2.12
12/06/2002	105	2.12
12/07/2002	105	2.12
12/08/2002	105	2.12
12/09/2002	105	2.12
12/10/2002	105	2.12
12/11/2002	105	2.12
12/12/2002	105	2.12

#### 2.3.analyse croisée des pages vues par les visiteurs récurrents

Cet item vous permet de mesurer l'attractivité de votre site, en intégrant le reporting, sous forme de listing, de la fidélisation journalière des internautes récurrents visitant votre site, pour le mois.

DATE	VISITES	Taux
12/01/2001	105	2.12
12/02/2001	105	2.12
12/03/2001	105	2.12
12/04/2001	105	2.12

## 2.4.comptage global des visites sur le site

*Cette rubrique propose une mesure globale du trafic sur votre site, par un comptage précis du nombre de visites.*

DATE	VISITS	
12/01/2001	112	2.8
12/02/2001	257	2.86
12/03/2001	325	7.84
12/04/2001	368	7.89
12/05/2001	271	5.84

## 2.5.Top pages génératrices de trafic

*Comparez le panel d'internautes qui ont quotidiennement visité votre site et visualisez la progression de votre processus de fidélisation.*

DATE	FIRST	RETURNING	ANONYMOUS
12/01/2001	91	19	2
12/02/2001	115	26	2
12/03/2001	316	37	3
12/04/2001	237	61	18
12/05/2001	221	59	1



## CHAPITRE 3

### Temps de Visite

#### 2.6. Etude des temps de visite sur le site

Un visiteur est un internaute qui visite le site. Il peut le faire pour la première fois, il est alors compté comme nouveau visiteur. Il peut revenir après une première visite, il est alors compté comme visiteur ancien.

Si un internaute revient sur le site le même jour, lors d'une seconde visite, il n'est compté qu'une seule fois comme visiteur. Si la première visite de la journée était sa toute première du site, il reste compté comme nouveau visiteur.

Les utilisateurs sont identifiés grâce à un cookie déposé dans l'ordinateur de l'internaute.

Le caractère ancien ou nouveau d'un visiteur est relatif à la période de consultation. Si vous déplacez cette période, le nombre de visiteurs anciens et nouveaux à une date donnée peut varier, mais pas le nombre total.

Si la nature du visiteur n'est pas identifiable, la visite est cependant comptée comme visite anonyme.

Affinez votre analyse en prenant en compte la durée du temps de visite sur vos pages Web. Votre consultant vous permettra d'identifier clairement les pages les plus visitées, ou sur lesquelles les visites sont les plus longues, afin de cibler au mieux votre politique web marketing.

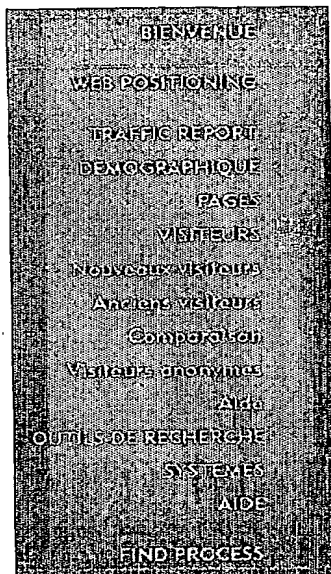
TEMPERATURE		
DURATION OF DISPLAY PAGE	NO OF VISITS	%
0-2 s	2416	12.04
2-4 s	3516	18.11
4-6 s	3880	20.24
6-8 s	4711	25.10
8-10 s	4885	25.10
10-12 s	275	1.41
12-14 s	421	2.18
14-16 s	1116	5.78
16-18 s	1080	5.64

### 3. Statistiques et Panel d'internautes sur Le Site

Après un comptage minutieux du nombre de visiteurs, nous permet de vous offrir une base statistique fiable et performante, concernant le panel d'internautes visitant votre site.

Le profiling de vos visiteurs vous permet d'être assuré d'un suivi de qualité du process de fidélisation mis en place sur vos page Web et de maîtriser votre taux d'audience.

#### > Votre Barre de Navigation Visiteurs



##### • VISITEURS

Accédez aux statistiques concernant votre panel d'internautes sur le Site.

##### • NOUVEAUX VISITEURS

Un comptage précis des nouveaux visiteurs sur votre site, vous donne un aperçu de la progression de votre process de positionnement. (Cf. 3.1.)

##### • VISITEURS RÉCURRENTS

Visualisez l'attractivité de votre site en accédant à la répartition proportionnelle des visiteurs récurrents sur votre site. (Cf. 3.2.)

##### • COMPARAISON

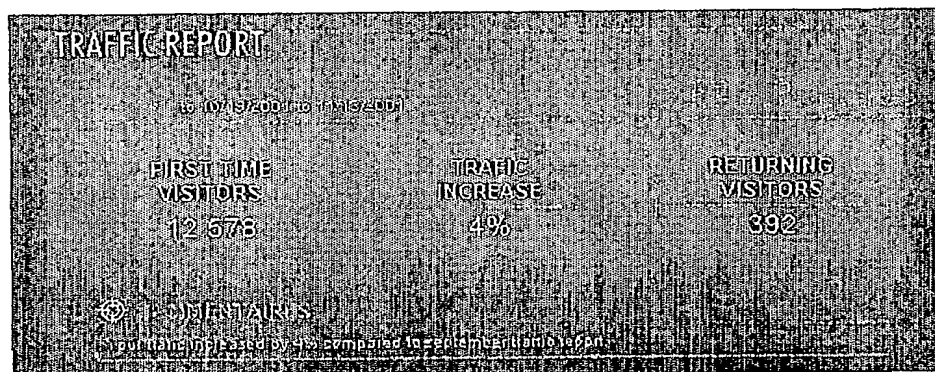
L'évolution de la composition de votre panel d'internautes traduit l'intégration d'un processus de fidélisation. La mesure comparative des évolutions combinées du nombre de visiteurs nouveaux et récurrents permet une visibilité fiable en terme de fidélisation. (Cf. 3.3.)

##### • VISITEURS ANONYMES

L'intégration des visiteurs anonymes dans le comptage global des visites sur votre site, permet de visualiser la progression réelle du trafic sur votre site. (view 2.4.)

#### > Votre page d'accueil sur le menu VISITEURS

Découvrez une synthèse de votre panel d'internautes sur votre page d'accueil **VISTEURS**, et maîtrisez les chiffres clés de l'évolution du trafic sur votre site.



### 3.1.nouveaux visiteurs

*Cet extrait statistique vous permet d'envisager la fidélisation de vos visiteurs, par une mesure claire d'audience et de visualiser la progression de votre process de positionnement FIND. Tout nouvel entrant sur le site, est comptabilisé comme étant un nouveau visiteur. Une analyse croisée des statistiques trafic issu des outils de recherche et du processus d'indexation génère une transparence en ce qui concerne l'accroissement du trafic sur votre site, issu de la mise en œuvre de notre process.*

DATE	VISITS	%
11/01/2001	100	2.43
11/02/2001	50	2.43
11/03/2001	61	1.56
11/04/2001	60	1.34
11/05/2001	125	3.22

### 3.2.visiteurs récurrents

*Les visiteurs sont qualifiés de récurrents lorsqu'ils retournent au moins une fois sur le site après leur première visite.*

*NB : si un visiteur effectue plusieurs visites sur le site au cours de la même journée, il ne sera compté qu'une fois.*

DATE	VISITS	%
11/01/2001	8	1.66
11/02/2001	10	2.08
11/03/2001	9	1.25
11/04/2001	7	1.46
11/05/2001	22	2.63
11/06/2001	20	2.14
11/07/2001	16	2.01

### 3.3. Evolution de votre panel de visiteurs

*Vos visiteurs sont pistés durant toute leur navigation, par notre application FIND Traffic. Evaluez la popularité croissante de votre site en comparant les chiffres clés concernant les internautes visitant quotidiennement votre sites. Dégagez une appréciation fiable de votre processus de fidélisation-clients, via l'application de notre technologie.*

DATE	NEW	OLD
1/01/2001	900	8
1/02/2001	88	10
1/03/2001	91	8
1/04/2001	58	7
1/05/2001	125	22
1/06/2001	141	20
1/07/2001	159	15

### 3.4. visiteurs Anonymes

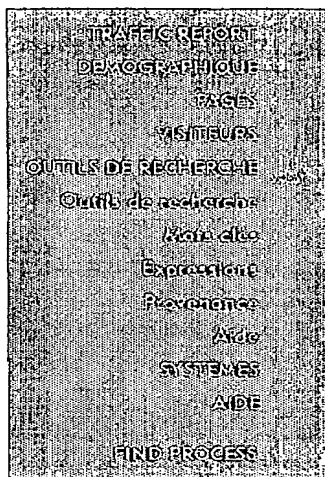
*Notre application FIND Traffic repère les internautes visitant votre site, quelle que soit leur provenance. Le recensement des visiteurs anonymes, traduit un gage de fiabilité de notre process, effectué dans un soucis de visibilité constante.*

*Les visiteurs anonymes sont les internautes refusant les cookies durant leur navigation, ils font néanmoins partie intégrante de votre Web-public, et intègrent pleinement à ce titre le panel d'internautes représentatifs des visiteurs sur votre site. Cet item leur est dédié et permet d'accéder à la progression journalière de leur répartition proportionnelle au sein du panel de vos visiteurs.*

DATE	VISITS	%
1/01/2001	18	7.14
1/02/2001	1	0.89
1/03/2001	0	0.0
1/04/2001	0	0.0
1/05/2001	0	0.0
1/06/2001	0	0.0
1/07/2001	18	14.29

#### 4. Provenance du Trafic Généré

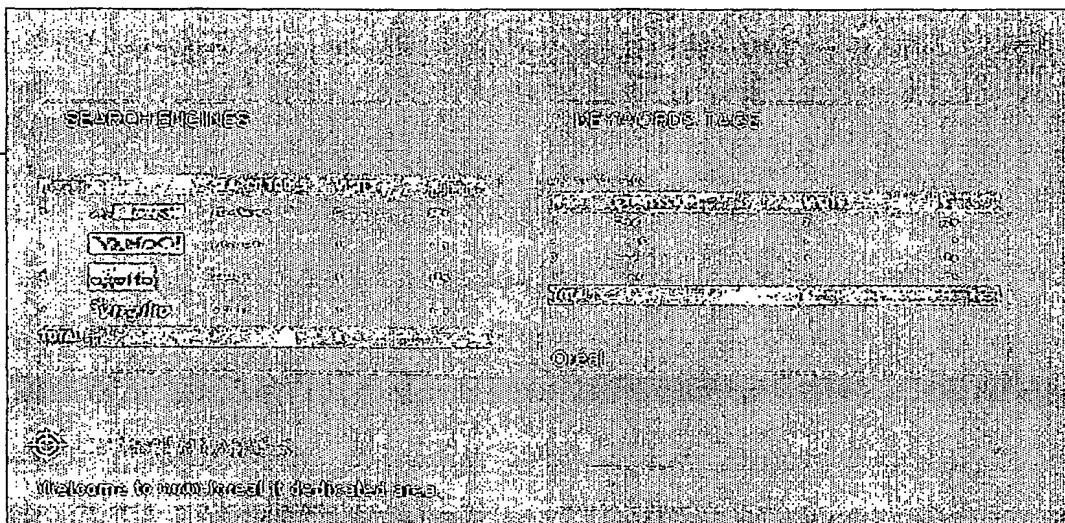
##### > Votre barre de Navigation Outils de recherche



- **OUTILS DE RECHERCHE**  
Découvrez une analyse synthétique du trafic généré par les moteurs de recherche et le tagage des mots clés.
- **MOTS CLES**  
Identifiez les chiffres clé concernant les requêtes intégrant vos mots -clé et ayant abouti sur votre site, via les moteurs de recherche.
- **EXPRESSIONS**  
Visualisez les expressions utilisées par vos internautes.
- **PROVENANCE**  
Les liens référents génèrent du trafic sur votre site et permettent une identification précise du schéma de navigation des internautes.

##### > Votre page d'accueil Outils de recherche

Accès direct aux items moteurs de recherche et mots clé en cliquant sur les tabloïds



#### 4.1. Trafic en provenance des outils de recherche

*Cet item est un outil statistique de pointe, permettant d'identifier le trafic généré par les moteurs de recherche.*

*Le tableau outil de recherche permet de visualiser avec précision, le trafic généré en particulier par un outil de recherche, en terme de nombre de visites, ou de pourcentage, et de mesurer ainsi, l'impact de votre campagne de référencement.*

SEARCH ENGINES				
SEARCH TOOL STATISTICS				
1	virgilio	Virgilio	557	5412
2	ItaliaOnLine	Atene	100	1230
3	Google	Google.it	39	622
4	Google	Google.com	37	602
5	LYCOS	Lycos	25	400
6	YAHOO!Google	Yahoo-Google	21	274



## 4.2. mots-clé phares

Cette rubrique permet d'identifier de façon formelle le nombre de requête formulées, intégrant vos mots clé, et ayant abouti sur les outils de recherche.

Notre application FIND Traffic piste vos mots clés au sein des requêtes formulées et ce quels que soient les différents types d'expression utilisées par les internautes.

NR	EXPRESSIONS	VISITS	PROB
1	référément	1	100.0
2	référément	225	67.85
3	référément	241	38.141
4	REFÉREMENT	7	2.11
5	inténeur de recherche	3	0.9
6	inténeur	2	0.6
7	analyse référément	1	0.3
8	référément	203	65.5
9	référément	26	25.6
10	référément	9	2.8
11	REFÉREMENT	3	1.24
12	référément	5	0.29
13	inténeur de recherche	2	0.62
14	référément inténeur	1	0.31
TOTAL		384	

### 4.3. expressions phares

Cette rubrique propose de se polariser sur les expressions les plus employées par les internautes ayant donné suite à une visite sur votre site, dans le cadre de votre stratégie de mots clés.

Le tableau Keywords tag recense : l'expression utilisée, le nombre d'accès sur le site via l'expression, et le taux de requêtes sur le nombre global de requêtes ayant donné lieu à une visite sur votre site.

N°	EXPRESSIONS	VISITES	%
1	réseignement	1	100%
2	réseignement	237	67,95
3	réseignement	141	42,14
4	RESEIGNEMENT	7	2,1
5	trouvé de recherche	5	0,9
6	trouvé de	3	0,6
7	trouvé de renseignement	1	0,3
8	recherche	203	64,6
9	recherche	23	7,3
10	recherche	5	1,6
11	RESEIGNEMENT	4	1,24
12	recherche	6	1,93
13	trouvé de recherche	2	0,62
14	recherche professionnelle	1	0,31
TOTAL 14		322	



## CHAPITRE 3

### Liens Référents

#### 4.4. trafic en provenance des liens référents

Les liens référents génèrent du trafic sur votre site et permettent une identification précise du schéma de navigation des internautes en provenance de pages web, autres que celles afférentes aux moteurs de recherche.

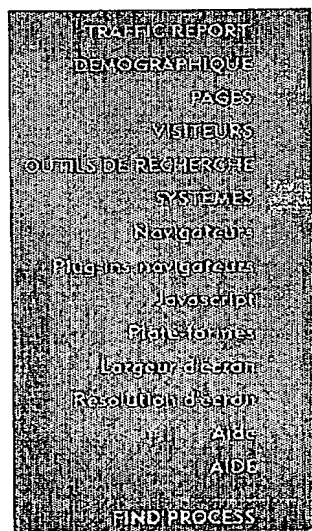
REFERRER TYPES			
N°	REFERRER TYPES	VISITS	P.100
1	URL directe	745	30.72
2	Signal	1	0.04
3	Recherche	1676	69.22
4	URL directe	861	36.25
5	Signal	1	0.04
6	Recherche	1361	56.76
7	URL directe	544	22.76
8	Signal	1	0.04
9	Recherche	1	0.04
10	Recherche	2005	72.57
TOTAL: 10		2231	

REFERRING PAGES	
N°	REFERRER
1	http://www.motorsport.com/
2	http://www.motorsport.com/forums/
3	http://www.motorsport.com/forums/
4	http://www.motorsport.com/forums/
5	http://www.motorsport.com/forums/
6	http://www.motorsport.com/forums/
7	http://www.motorsport.com/forums/
8	http://www.motorsport.com/forums/
9	http://www.motorsport.com/forums/
10	http://www.motorsport.com/forums/

## 5. CARACTERISTIQUES DES SYSTEMES UTILISES PAR LES INTERNAUTES

*Cette rubrique propose un audit qualifié de la technologie mise en œuvre et utilisée par les internautes visitant votre site. Elle permet une réactivité constante, ciblée, en fonction d'un profilage affiné du panel d'internautes visitant quotidiennement votre site. Ces informations seront précieuses aux responsables chargés du Design, de la Charte Graphique, et du Software disponible, sur votre site.*

### > Votre barre de Navigation SYSTEM



#### NAVIGATEURS

Quels sont les navigateurs les plus utilisés par vos internautes ? (Cf. 5.1.)

#### PLUG-INS

Visualisez la répartition proportionnelle de l'utilisation des plug-ins par vos visiteurs the plug ins. (Cf. 5.2.)

#### JAVASCRIPT

Quelles sont les versions javascript les plus utilisées par les internautes naviguant sur votre site. (Cf. 5.3.)

#### PLATE-FORMES

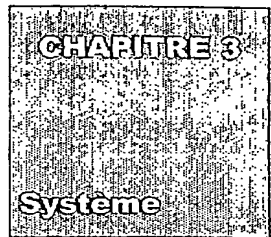
Accédez aux statistiques, concernant la répartition proportionnelle des systèmes d'exploitation utilisés par vos utilisateurs. (Cf. 5.4)

#### CONFIGURATIONS D'ÉCRAN

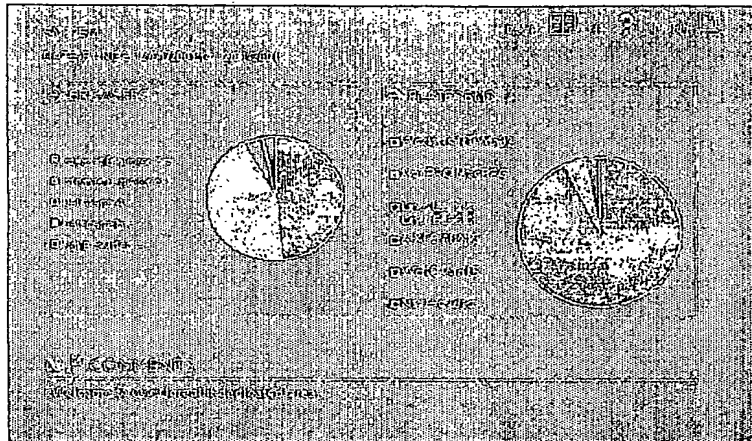
Cet item vous offre une vision synthétique des principales caractéristiques de configuration d'écran de vos Web visiteurs. (Cf. 5.5)

#### RESOLUTION D'ECRAN

Résolutions d'écran, détectée par notre technologie FIND, au cours de la navigation des internautes sur votre site. (Cf. 5.6.)



## > Bienvenue sur la page d'accueil SYSTEME



### 5.1. Les Navigateurs

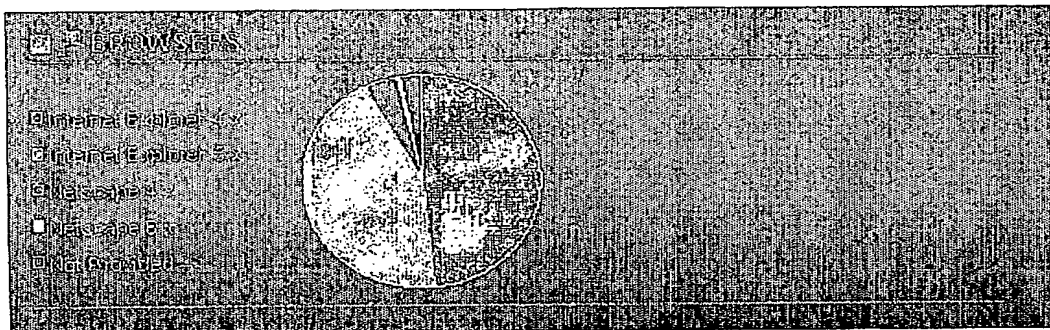
#### > Statistiques d'utilisation des Navigateurs

*L'utilisation de certains navigateurs modifie le design et la charte graphique de votre site, lors de la navigation. Ces informations permettront à vos designers et webmestres d'assurer la continuité de votre politique Marketing.*

NO	BROWSER	VERSION	VISITS	%
1	Internet Explorer	4.0	20540	49.62
2	Internet Explorer	5.0	21680	49.26
3	Netscape	4.0	1070	2.38
4	Netscape	5.0	110	0.22
5	Netscape	3.0	10	0.02
6	HotFirefox	1.0	1280	2.68
TOTAL : 6			40940	

## > Graphique

*Identification visuelle rapide des tendances dominantes d'utilisation des navigateurs par les internautes au cours de la navigation sur votre site.*



### 5.2. Les plug-ins

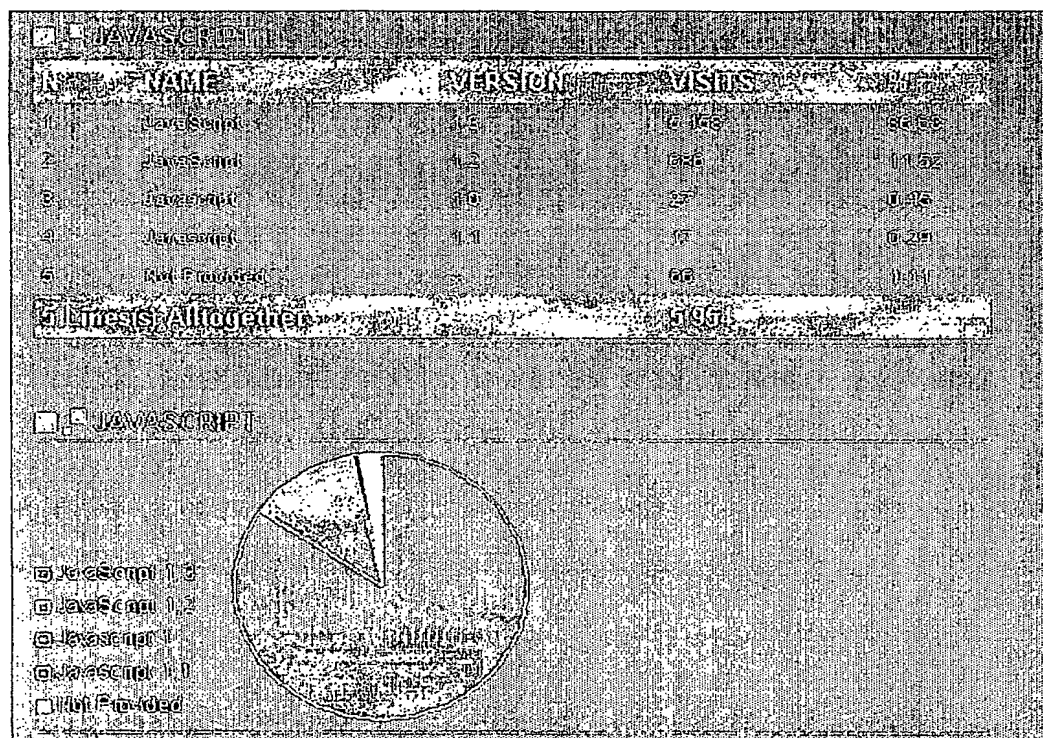
*Les applications liées à la mise en œuvre de notre technologie Find Traffic permettent de détecter les plug-Ins associés à l'utilisation d'un Navigateur. Découvrez quels types d'animation graphiques, vidéo, sons,... sont accessibles à vos visiteurs.*

## > Répartition proportionnelle des Plug-Ins utilisés au cours des visites

PLUG-INS USED		
N°	PLUG-IN	NUMBER OF VISITS
1	Shockwave Flash	108
2	QuickTime	100
3	RealPlayer ActiveX Control	88
4	RealPlayer	88
5	Windows Media	81
6	Shockwave Director	57
7	Java Applet	27
7 displayed lines		

### 5.3. Javascript

Utilisez les statistiques concernant la répartition proportionnelle des versions Javascript utilisée par les internautes visitant votre site. Assurez ainsi un monitoring destiné à détecter la répartition et l'évolution des principaux langages utilisés par les utilisateurs. Cette rubrique fournit une information pertinente, outil d'aide à la décision dans le cadre du processus de mise à jour de votre site.





## 5.4. Plate-Formes



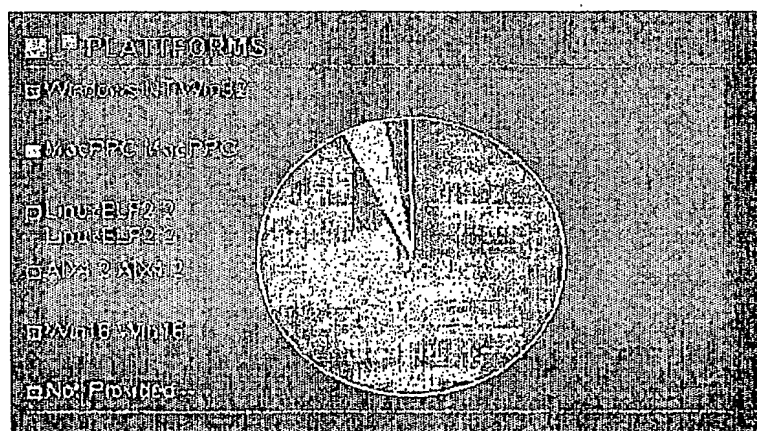
### Systèmes d'exploitation

Les statistiques d'analyse de la répartition proportionnelle des types de systèmes d'exploitation, utilisés par vos internautes, vous offriront une réactivité sans faille quand à l'ajustement software et graphique de votre site.

OPERATING SYSTEM				
OS	SYSTEM	VERSION	VISITS	%
1	Windows NT	Win2K	3,139	95.55
2	MacPPC	MacPPC	154	4.59
3	AIK42	AIK42	3	0.05
4	SunOS 5.1	SunOS 5.1	3	0.05
5	Linux ELF2.2	Linux ELF2.2	2	0.05
6	Linux	Linux	1	0.02
7	Linux ELF2.0	Linux ELF2.0	1	0.02
8	X11	X11	2	0.05
9	OS/2	OS/2	1	0.02
10	Not Provided		178	1.55
10 Lines(s) Altogether			3,954	



### Graphique

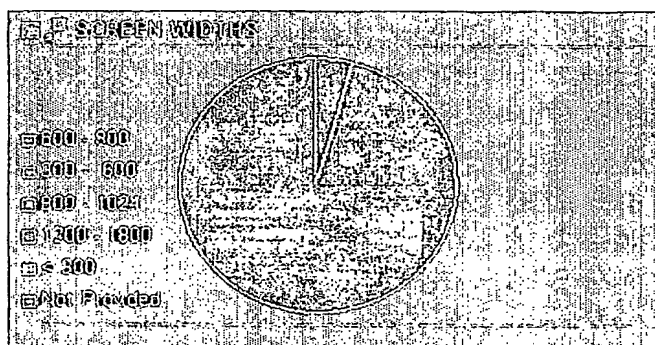


## 5.5. Configurations d'écran

Découvrez les ratios concernant les caractéristiques de configuration d'écran, en termes de résolution, et de format, utilisés par vos internautes. Cette information peut être capitale à l'évolution formelle de votre site, dans un souci de continuité opérationnelle de votre politique de Marketing direct.

### > Formats d'écran & Graphique

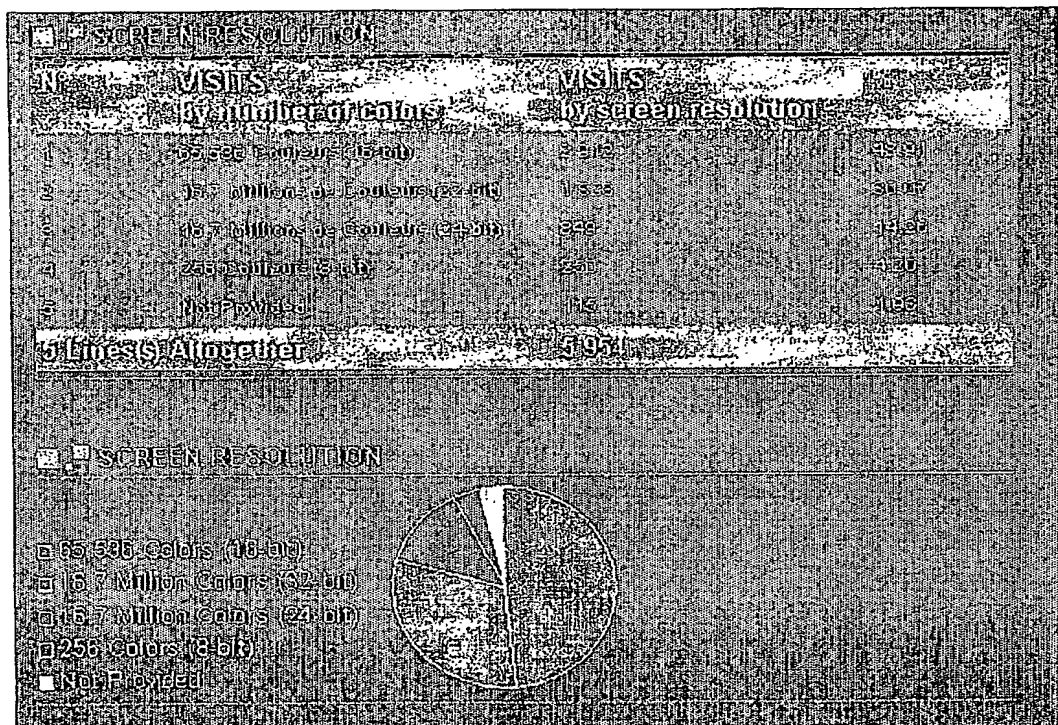
SCREEN WIDTHS			
№	HEIGHT	WIDTH (pixels)	PERCENT
1	600x800	800	2.20%
2	1024x768	768	2.08%
3	800x600	600	1.87%
4	1152x864	864	1.94%
5	1280x1024	1024	1.13%
6	1440x900	900	1.11%





## > Résolutions d'écran & Graphique

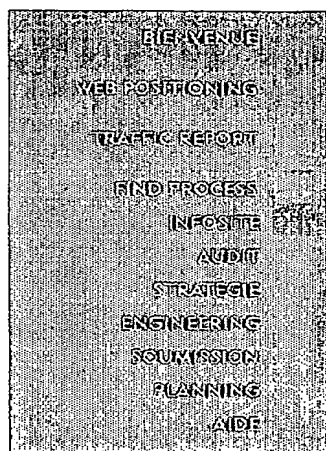
*Use this item to discover the resolution display lines for your visitors.*





## CHAPITRE IV : FIND PROCESS : DERoule & SUIVI DES PROCESSUS DE WORKFLOW

*Cette rubrique vous permet un accès journalier au suivi permanent du process de positionnement de vos sites Internet, mis en place par nos soins. Cette interface vous permet d'être en relation constante avec le Web consultant dédié à votre projet.*



- FIND PROCESS  
Suivi de notre Workflow process
- INFOSITE  
Visualisez la forme épurée de vos sites; elle servira de base au processus d'engineering.
- AUDIT  
Accédez à l'audit de positionnement de vos principaux concurrents.
- STRATEGIE  
Focus sur votre Stratégie web marketing des mots clés.
- ENGINEERING  
Découvrez une partie de notre process d'engineering. L'application de notre méthodologie Find permet l'optimisation de vos pages Web.
- SOUMISSION  
Intégrez notre process de soumission, développé dans l'optique d'une optimisation constante et continues de vos sites.
- PLANNING  
Consultez votre planning en ligne

## 1. Analyse Formelle du Site : INFOSITE

*Cette étude permet de déterminer Positionnement et Visibilité de votre site à l'origine :*

*Par l'analyse de votre activité avec...*

- Identification du public visé.
- Audit du site au niveau technique, marketing et ergonomique.
- Étude des schémas de navigation.
- Schéma de l'architecture du site et des différentes thématiques.
- Choix des URL(s) et catégories pour la campagne.
- Analyse du positionnement de votre site dans l'environnement web.
- Analyse du positionnement de vos principaux concurrents
- Evaluation des opportunités de communication pour les internautes
- Programme de veille concurrentielle

*Résultant de la collecte d'informations et de données concernant votre site, cette première phase constitue une phase décisive, pierre angulaire de la coordination et de la mise en place des différentes étapes du process. La détection des spécificités et particularismes rattachés à votre site, nous permettra d'aboutir rapidement à une optimisation de qualité et à la réussite de votre campagne de référencement sur le Web.*

VOTRE SITE EST :	
	dynamique
Sur une interface interactive totale de 20	
	LAYERS
	FRAMES
	TABLEAU
	COLORISION
URL	www.micall
	192.255.128.188
Hébergement	



## 2. Module d'audit

*Ce module offre une veille concurrentielle de qualité à partir l'Audit ciblée des sites de vos principaux concurrents. Accédez à l'étude de positionnement Web Marketing de vos concurrents en cliquant sur leurs Urls.*

*L'Audit environnemental effectué dans cette rubrique vous est accessible par le lien dans la barre de navigation. Accédez aux positionnement des mots clés de vos concurrents.*

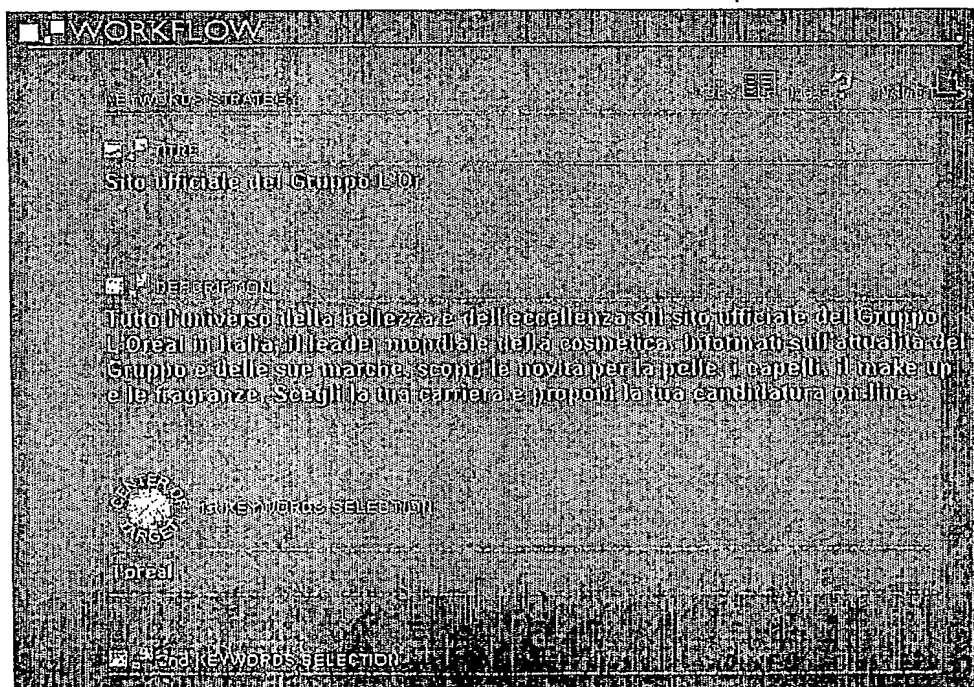
L'audit environnemental	
Mots-clés	Positionnement
Europe	14
Rencontres	17
Rencontres	2
Autisme	24
Labellé	8
Environ	9
Environ	6
am	8
Est	5
Ames	17
Environ	12
Environ	28
Environ	3

*Vous disposez d'une étude de positionnement mensuelle élaborée selon notre méthodologie **FIND**, en application de nos technologies **FIND OBSERVER** et **FIND ARCHIPEL**.*

*Le reporting de votre campagne de référencement, est accessible via notre plate forme Holosfind, avec étude mensuelle de positionnement, évolution de votre visibilité par rapport aux études précédentes, analyse et préconisations de votre consultant spécialisé.*

- Mise en place de panel d'internautes représentatifs.
- Elaboration de la matrice de requête par mots clés
- Définition du positionnement par le titre et la description du site
- Définition de la taille du périmètre des cibles à atteindre
- Sélection des outils de recherche pour la campagne de référencement
- Sélection de la durée de la campagne
- Retro planning du déroulé des actions (Cf. Chap 4 6.)

*Visualisez la partie visible de l'iceberg...*

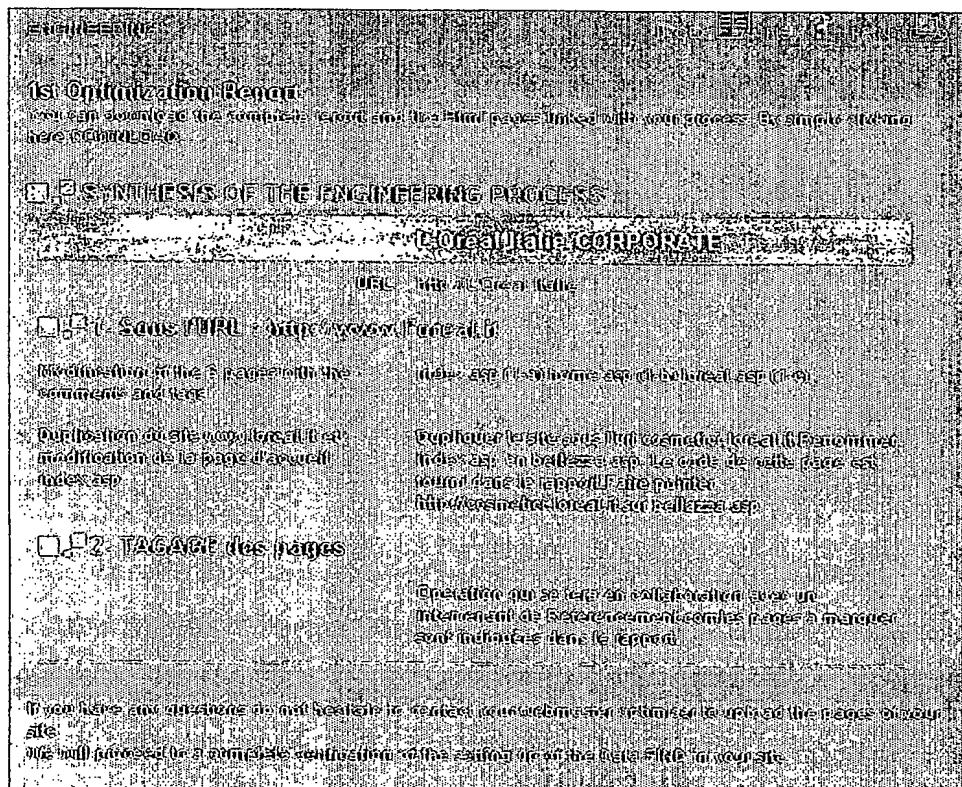


#### 4. Workflow : Ingénierie des Processus

*Engineering Process : Mise en œuvre de notre Technologie FIND. Condensé de notre intelligence appliquée, pour l'accroissement de votre visibilité et de votre trafic sur le net.*

*Optimisation de votre site suivant la technologie FIND adaptée aux contraintes techniques du parc et de vos sites.*

- *Vérification et tests probants de l'optimisation avant la mise en ligne*
- *Indexation sur les Outils de Recherche (O.R.) sélectionnés*
- *Indexation sur les O.R. payants (en options)*
- *Prise en charge complète des aspects technologiques, sur le plan opérationnel.*





## 5. Le Processus de Soumission et d'indexation

*Référencement.com a mis en place, pour vous, un procédé de Web Site Monitoring. Avec une constante analyse de l'évolution de votre site par rapport à votre stratégie initiale de visibilité sur le net. Procédures de re-soumissions et de repositionnement de votre site en fonction des évolutions éditoriales, techniques et ergonomiques de votre site. Veille des techniques d'indexation des outils de recherche et mise à jour de notre procédure d'engineering pour garantir le ranking de votre site, parmi les 20 premières réponses des outils de recherche.*

*Référencement.com se targue de vous offrir les avantages qualitatifs de la Soumission et de l'Indexation manuelle sur les outils de recherche sélectionnés, et sur les outils payants ( en options).*

*Si vos sites sont déjà indexés dans les outils de recherche, nul besoin d'aller plus loin. Prenons l'exemple de Yahoo : faites la recherche avec le titre de votre site comme requête, ou en sélectionnant la catégorie appropriée. Si votre site est positionné, aucune indexation ou soumission n'est nécessaire, au risque de spamming. Toutefois si vous souhaitez modifier les caractéristiques ou la catégorie d'indexation de votre site, il s'agirait d'un processus différent. Nous le prendrions en charge, avec le plus grand soin.*

*Les annuaires thématiques choisis pour la soumission de votre site sont organisés par thèmes. Au terme de son analyse, votre consultant déterminera la catégorie la plus pertinente pour accueillir votre site. Les sites sont indexés dans les catégories après visite, analyse du contenu, et aval des surfer dédiés par les Annuaires. Le ciblage des mots clés destinés à la soumission et à l'indexation est établi avec soin dans un souci de pertinence absolue, en fonction de différents types de requêtes à critères multiples, fondées sur l'expression simple ou l'expression exacte booléenne.*

*Les sites et catégories contenant des mots clés ciblés dans leurs titres sont souvent mieux positionnés, que ceux dont les mots clés sont placés dans l'URL ou le corps de texte.*

*Votre Web consultant met tout son savoir faire dans le choix des outils de recherche destinés à indexer votre site, et vous offrira un suivi d'indexation de qualité, via la console Extranet Holosfind.*



## 6. PLANNING

*Cet item vous permet d'accéder en permanence au planning établi conjointement, avec votre Web Consultant : il indique les échéances auxquelles seront délivrés vos rapports sur les différentes phases du process et d'assurer un monitoring efficace de votre campagne de positionnement sur le Web.*

WEBPOSITIONING PROCESS PLANNING												
2001	JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC
Submission												
Terms Report												
2002												
Terms Report												

WEBPOSITIONING REPORT												
2002	JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC
ITEM												
2004												
Search Engines Submission												

## GLOSSAIRE

Les différentes définitions que vous pouvez trouver sur cette page ont pour objectif de mieux vous aider à comprendre les nuances des différents termes utilisés.

### **Annuaire** (ou répertoire)

Il est important de bien différencier un annuaire, d'un moteur de recherche. L'annuaire est le classement des sites soumis par des surfeurs (ou modérateurs / documentalistes) Ces surfeurs visitent les sites soumis et les ajoutent à la base en fonction de critères définis par l'annuaire (sa direction, il va de soi) Avec la croissance importante d'Internet, les critères retenus relèvent autant de l'aspect esthétique, que du qualitatif. Un annuaire ne référence que la page de garde du site.

Pour résumer, un annuaire se base sur un potentiel de travail humain, au niveau de l'indexation, et du référencement des sites.

### **Araignée** (ou robot ou spider)

C'est l'ingénierie du moteur de recherche qui surfe sur la toile, enregistre les URLs, classe les mots-clés et le texte de chaque page qu'il trouve.

### **Guide**

Le Guide n'a pas de bases de données propres ( en interne) les réponses aux requêtes viendront de bases de données "étrangères" à l'outil de recherche.

Elles reposent souvent sur le rachat des outils.

### **Méta-moteur**

Un site (dédié on-line) ou un logiciel (dédié hors-ligne) transmet des requêtes à plusieurs bases de moteurs de recherche et/ou répertoires et résume les résultats obtenus.

### **Moteur de recherche** (ou search engine)

Il ne faut pas confondre moteur de recherche et annuaire. Le moteur de recherche se base sur le travail de différents logiciels comme le robot, l'indéxeur... Il suppose, bien sûr, un travail humain au sein d'un moteur de recherche pour le développement des logiciels, leurs améliorations... mais pour le référencement des sites, tout est automatisé.

C'est ici que l'optimisation du site prend toute son importance: connaître les caractéristiques et les critères de chaque moteur, afin qu'il enregistre les informations choisies.

Un moteur de recherche peut soit parcourir tout le site, soit un nombre limité de pages, soit la page de garde... cela dépend des moyens affectés au moteur de recherche !

Attention, ce n'est pas une raison pour abuser d'un moteur car des filtres nombreux ont été mis en place, pour réprimer tous les abus possibles et imaginables !

Pour résumer, un moteur de recherche, c'est un ensemble de logiciels qui indexe progressivement, les différents sites de l'Internet.

### **Portail**

Ce terme générique désigne un site qui sert de point d'entrée sur Internet pour un nombre significatif d'utilisateurs. L'information et les services proposés par le portail sont suffisamment nombreux pour faire revenir le visiteur régulièrement. Le portail peut être généraliste, thématique ou spécialisé (bien que le thématique et le spécialisé soient très proches !).

De plus en plus, les portails offrent la possibilité aux visiteurs de personnaliser leur page. Ce sont les "my" ou "mon portail" !

### **Référencement**

Le référencement, voilà un gros travail. Il diffère selon que l'on référence son site pour un annuaire, ou un moteur de recherche.

Pour un moteur, c'est assez simple, il suffit de donner son URL et le robot va visiter le site et le rajoute dans la base. Vraiment trop simple !!! Fausse impression, il y a un truc, il faut optimiser les pages pour les robots. Cette optimisation se fait à travers le titre, à travers les métas, mais aussi à travers le contenu des pages.

Pour un annuaire, il faut bien suivre les indications données sur la page d'inscription. Attention, il importe de choisir correctement la ou les rubriques pour inscrire le site, un mauvais choix risquant de compromettre les chances d'être inscrit dans l'annuaire. Il faut garder à l'esprit que dans un annuaire, ce sont des humains qui valident ou non la présence du site dans la base.

### **Spamming**





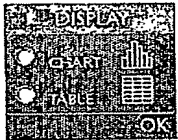

C'est la création ou modification d'un document avec l'intention délibérée de tromper un annuaire ou un moteur. Toute technique qui a pour objectif d'augmenter la position potentielle d'un site aux dépens de la qualité de la base de données peut être considérée comme du spamming, ou simplement de la corruption !

Le spamming consiste aussi à employer des techniques de fraude dans le code HTML d'une page web afin qu'elle soit classée dans les premiers au niveau de la page résultat. Il va de soi que les outils de recherche ont développé des techniques pour contrer cette tricherie. Une des conséquences peut ainsi être la mise sur la liste noire de l'outil de recherche du site, pratiquant le spamming.

Glossaire et vocabulaire des moteurs de recherche à cette adresse :  
<http://www.idf.net/mdr/glossaire.html>

Quelques liens utiles: [www.referencement.com](http://www.referencement.com)  
[www.a-vos-marque.com](http://www.a-vos-marque.com)

## Icones

Icone	Description
	Imprimez à tout instant vos documents clé d'un click cette l'icône.
	Accédez aux termes les plus usités Durant votre navigation sur Holosfind.
	Avez-vous besoin d'aide?
	Un click sur la loupe vous permet d'accéder aux calibrage des données.
	Sélectionnez le format de vos résultats selon les besoins.
	Utilisez cet outil afin de visualiser la pertinence de vos requêtes.

B10920

REVENDICATION

1. Plateforme de type produit logiciel pour l'analyse  
5 en temps réel de sites Internet comprenant :
  - des moyens d'analyse des données relatives aux  
visiteurs du site,
  - des moyens d'analyse de la visibilité du site dans  
l'ensemble du réseau Internet, et
  - 10 - des moyens pour visualiser les données analysées.

DÉPARTEMENT DES BREVETS


26 bis, rue de Saint Pétersbourg  
75800 Paris Cedex 08

Téléphone : 01 53 04 53 04 Télécopie : 01 42 93 59 30

DÉSIGNATION D'INVENTEUR(S) Page N° 1. / 1.  
(Si le demandeur n'est pas l'inventeur ou l'unique inventeur)

Cet imprimé est à remplir lisiblement à l'encre noire

OB 113 W / 260899

Vos références pour ce dossier (facultatif)		B10920	
N° D'ENREGISTREMENT NATIONAL		0210147	
TITRE DE L'INVENTION (200 caractères ou espaces maximum) PROCEDE DE TYPE PRODUIT LOGICIEL POUR L'ANALYSE EN TEMPS REEL DE SITES INTERNET			
LE(S) DEMANDEUR(S) : AGENCY MULTIMEDIA			
DESIGNE(NT) EN TANT QU'INVENTEUR(S) : (Indiquez en haut à droite «Page N° 1/1» S'il y a plus de trois inventeurs, utilisez un formulaire identique et numérotez chaque page en indiquant le nombre total de pages).			
Nom		BELLAÏCHE	
Prénoms		Sylvain	
Adresse	Rue	71, rue Servan	
	Code postal et ville	75011	PARIS
Société d'appartenance (facultatif)			
Nom		HENAO	
Prénoms		César	
Adresse	Rue	8, avenue des Bruyères	
	Code postal et ville	60580	COYE LA FORET
Société d'appartenance (facultatif)			
Nom			
Prénoms			
Adresse	Rue		
	Code postal et ville		
Société d'appartenance (facultatif)			
DATE ET SIGNATURE(S) DU (DES) DEMANDEUR(S) OU DU MANDATAIRE (Nom et qualité du signataire) Albert GRYNWALD (CPI 95-1001)			

La loi n°78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés s'applique aux réponses faites à ce formulaire. Elle garantit un droit d'accès et de rectification pour les données vous concernant auprès de l'INPI.

**This Page is Inserted by IFW Indexing and Scanning  
Operations and is not part of the Official Record**

**BEST AVAILABLE IMAGES**

Defective images within this document are accurate representations of the original documents submitted by the applicant.

Defects in the images include but are not limited to the items checked:

☐ BLACK BORDERS

☐ IMAGE CUT OFF AT TOP, BOTTOM OR SIDES

☐ FADED TEXT OR DRAWING

☒ BLURRED OR ILLEGIBLE TEXT OR DRAWING

☐ SKEWED/SLANTED IMAGES

☐ COLOR OR BLACK AND WHITE PHOTOGRAPHS

☐ GRAY SCALE DOCUMENTS

☒ LINES OR MARKS ON ORIGINAL DOCUMENT

☐ REFERENCE(S) OR EXHIBIT(S) SUBMITTED ARE POOR QUALITY

☐ OTHER: \_\_\_\_\_

**IMAGES ARE BEST AVAILABLE COPY.**

**As rescanning these documents will not correct the image problems checked, please do not report these problems to the IFW Image Problem Mailbox.**